BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam era kontemporer yang ditandai dengan akselerasi globalisasi ekonomi dan transformasi digital, dunia bisnis menghadapi paradigma baru yang tidak lagi sekadar mengutamakan pencapaian keuntungan maksimal (*profit maximization*), melainkan juga mempertimbangkan aspek keberlanjutan (*sustainability*), tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*), dan dampak lingkungan (*environmental impact*).[1] Fenomena ini memunculkan kesadaran baru bahwa model bisnis konvensional yang semata-mata berorientasi pada *shareholder value* telah menunjukkan keterbatasannya dalam menciptakan kesejahteraan yang hakiki dan berkelanjutan.

Krisis finansial global 2008, skandal korporasi besar seperti Enron dan WorldCom, serta berbagai isu etika bisnis yang mencuat dalam dekade terakhir telah memicu pencarian model bisnis alternatif yang lebih holistik dan beretika.[2] Di tengah pencarian tersebut, konsep bisnis berbasis nilai-nilai agama, khususnya Islam, muncul sebagai paradigma yang menawarkan keseimbangan antara pencapaian tujuan ekonomi dan spiritual.

Islam, sebagai sistem kehidupan yang komprehensif (*niẓām ḥayāh shāmil*), telah memberikan panduan detail tentang aktivitas ekonomi dan bisnis melalui Al-Quran dan hadits Nabawi. Konsep bisnis dalam Islam tidak dipandang sebagai aktivitas duniawi semata, melainkan sebagai bentuk ibadah yang memiliki dimensi ukhrawi.[3] Hal ini tercermin dalam firman Allah:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا

[1] Michael E. Porter dan Mark R. Kramer, "Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism and Unleash a Wave of Innovation and Growth," *Harvard Business Review* 89, no. 1-2 (2011): 62-77.

[2] Joseph E. Stiglitz, *People, Power, and Profits: Progressive Capitalism for an Age of Discontent* (New York: W. W. Norton & Company, 2019), h. 23-45.

[3] Syed Nawab Haider Naqvi, *Islam, Economics, and Society* (London: Kegan Paul International, 1994), h. 67-89.

"Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi." [4]

Ayat ini mengisyaratkan perlunya keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi dalam setiap aktivitas, termasuk bisnis.

Salah satu konsep fundamental dalam ekonomi Islam yang membedakannya dari sistem ekonomi konvensional adalah konsep berkah (*al-barakah*). Berkah dalam konteks bisnis tidak sekadar bermakna pertambahan kuantitas harta atau keuntungan, melainkan mencakup dimensi yang lebih luas dan mendalam. Imam al-Rāghib al-Aṣfahānī dalam kitabnya *al-Mufradāt fī Gharīb al-Qur'ān* mendefinisikan berkah sebagai:

البَرَكَةُ ثُبُوتُ الخَيْرِ الإِلَهِيِّ فِي الشَّيْءِ، فَكُلُّ مَا فِيهِ زِيَادَةُ خَيْرٍ وَنَفْعٍ فَهُوَ مُبَارَكٌ

"Al-Barakah adalah tetapnya kebaikan ilahi pada sesuatu. Setiap yang mengandung pertambahan kebaikan dan manfaat, maka ia adalah sesuatu yang diberkahi."[5]

Definisi ini menunjukkan bahwa berkah memiliki karakteristik ketuhanan (*ilāhiyyah*) yang membedakannya dari konsep pertumbuhan ekonomi konvensional. Berkah tidak hanya terkait dengan aspek material, tetapi juga spiritual dan sosial.

Imam Ibn Manẓūr dalam *Lisān al-'Arab* menjelaskan akar etimologis kata berkah:

البَرْكُ: صَدْرُ كُلِّ ذِي أَرْبَعٍ مِنَ الإِبِلِ وَغَيْرِهَا، وَسُمِّيَ بِذَلِكَ لِثُبُوتِهِ وَلُزُومِهِ مَوْضِعَهُ، وَمِنْهُ اشْتُقَّتِ البَرَكَةُ لِثُبُوتِ الخَيْرِ فِيهَا

"Al-bark adalah dada setiap hewan berkaki empat seperti unta dan lainnya. Dinamakan demikian karena ketetapan dan kemelekatan pada tempatnya. Dari sini diturunkan kata al-Barakah karena ketetapan kebaikan di dalamnya."[6]

---

[4] QS. Al-Qashash: (77).

[5] Al-Ḥusayn ibn Muḥammad al-Rāghib al-Aṣfahānī, *al-Mufradāt fī Gharīb al-Qur'ān*, taḥqīq Ṣafwān 'Adnān al-Dāwūdī (Damaskus: Dār al-Qalam, 1412 H), h. 112.

[6] Muḥammad ibn Mukarram ibn Manẓūr, *Lisān al-'Arab* (Beirut: Dār Ṣādir, 1414 H), Juz 10, h. 395.

Analisis etimologis ini mengindikasikan bahwa berkah memiliki karakteristik stabilitas, kontinuitas, dan kemelekatan yang kuat, berbeda dengan pertumbuhan ekonomi yang bersifat fluktuatif dan tidak stabil.

Hadits-hadits Nabawi sebagai sumber hukum Islam kedua setelah Al-Quran telah memberikan panduan praktis tentang bagaimana mencapai berkah dalam aktivitas bisnis. Rasulullah, yang memiliki pengalaman langsung sebagai pedagang sebelum diangkat menjadi nabi, telah mencontohkan prinsip-prinsip bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga mendatangkan berkah.[7]

Salah satu hadits fundamental tentang bisnis berkah diriwayatkan oleh Imam al-Bukhārī dan Muslim dari Ḥakīm ibn Ḥizām:

البَيِّعَانِ بِالخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

"Kedua pihak yang bertransaksi memiliki hak *khiyar* selama belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan (kondisi barang), maka diberkahi bagi keduanya dalam jual beli mereka. Namun jika keduanya berdusta dan menyembunyikan (cacat), maka dihapuskan berkah jual beli mereka."[8]

Hadits ini secara eksplisit menghubungkan keberkahan dalam bisnis dengan prinsip kejujuran (*ṣidq*) dan transparansi (*bayān*). Implikasi hadits ini sangat mendalam, karena menunjukkan bahwa berkah bukanlah fenomena yang terjadi secara otomatis, melainkan bergantung pada etika dan moral yang diterapkan dalam praktik bisnis.

Imam al-Nawawī dalam *Syarḥ Ṣhaḥīḥ Muslim* memberikan komentar terhadap hadits di atas:

فِي هَذَا الحَدِيثِ الحَثُّ عَلَى الصِّدْقِ فِي البَيْعِ وَالبَيَانِ، وَأَنَّ ذَلِكَ سَبَبٌ لِلْبَرَكَةِ، وَأَنَّ الكَذِبَ وَالكِتْمَانَ سَبَبٌ لِمَحْقِ البَرَكَةِ

---

[7] Muḥammad Ḥamīdullāh, *Rasūl-i Akram kī Siyāsī Zindagī*, terj. Afzal Iqbal, *The Political Life of the Prophet* (Lahore: Sh. Muhammad Ashraf, 1991), h. 134-156.

[8] Muḥammad ibn Ismā'īl al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, Kitāb al-Buyū', Bāb idhā Bayyana al-Bāyi'āni wa lam Yaktumā wa Naṣaḥā, hadits no. 2079; Muslim ibn al-Ḥajjāj, *Ṣaḥīḥ Muslim*, Kitāb al-Buyū', Bāb al-Ṣidq fī al-Bay' wa al-Bayān, hadits no. 1532.

"Dalam hadits ini terdapat anjuran untuk berlaku jujur dalam jual beli dan memberikan penjelasan, bahwa hal tersebut merupakan sebab keberkahan, dan bahwa dusta serta menyembunyikan (cacat) adalah sebab hilangnya berkah."[9]

Komentar Imam al-Nawawī ini menegaskan bahwa hubungan antara etika bisnis dan keberkahan bukanlah hubungan korelatif semata, melainkan hubungan kausal (*sabab wa musabbab*). Kejujuran dan transparansi merupakan sebab (*sabab*) yang secara langsung menghasilkan berkah, sementara penipuan dan penyembunyian cacat merupakan sebab hilangnya berkah.

Konsep bisnis berkah dalam hadits Nabawi memiliki dimensi yang multifaset. Imam Ibn Ḥajar al-'Asqalānī dalam *Fatḥ al-Bārī* mengidentifikasi beberapa indikator bisnis berkah:

عَلَامَاتُ البَرَكَةِ فِي التِّجَارَةِ: دَوَامُ النَّفْعِ، وَكَثْرَةُ الخَيْرِ، وَحُسْنُ العَاقِبَةِ، وَرِضَا اللهِ تَعَالَى

"Tanda-tanda berkah dalam perdagangan: kontinuitas manfaat, banyaknya kebaikan, baiknya akhir (hasil), dan ridha Allah Ta'ala."[10]

Identifikasi ini menunjukkan bahwa berkah dalam bisnis bukan hanya terkait dengan aspek finansial jangka pendek, tetapi mencakup keberlanjutan (*dawām al-naf'*), dampak positif yang luas (*kathrat al-khayr*), hasil akhir yang baik (*ḥusn al-'āqibah*), dan yang terpenting adalah ridha Allah.

Berdasarkan kajian mendalam terhadap hadits-hadits Nabawi, konsep bisnis berkah dapat dioperasionalisasikan melalui lima dimensi utama yang masing-masing memiliki landasan hadits yang kuat:

1. Dimensi Kejujuran dan Transparansi (*aṣ-Ṣidq wa al-Bayān*)

   Dimensi pertama yang menjadi fondasi bisnis berkah adalah kejujuran dan transparansi. Selain hadits yang telah disebutkan sebelumnya, Rasulullah juga bersabda dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Aḥmad bin Hanbal:

   التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

---

[9] Yaḥyā ibn Sharaf al-Nawawī, *al-Minhāj Sharḥ Ṣaḥīḥ Muslim ibn al-Ḥajjāj* (Beirut: Dār Iḥyā' al-Turāth al-'Arabī, 1392 H), Juz 10, h. 156.

[10] Aḥmad ibn 'Alī ibn Ḥajar al-'Asqalānī, *Fatḥ al-Bārī bi Sharḥ Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* (Beirut: Dār al-Ma'rifah, 1379 H), Juz 4, h. 347.

"Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang shiddiq, dan para syuhada."[11]

Hadits ini menunjukkan bahwa kejujuran dalam bisnis bukan hanya prinsip etis, melainkan jalan menuju derajat spiritual yang tinggi. Imam al-Mundhirī dalam *al-Targhīb wa al-Tarhīb* mengomentari hadits ini:

فِيهِ فَضْلٌ عَظِيمٌ لِلتَّاجِرِ الَّذِي يَتَّقِي اللهَ فِي تِجَارَتِهِ وَيَصْدُقُ وَلَا يَغُشُّ

"Di dalamnya terdapat keutamaan yang besar bagi pedagang yang bertakwa kepada Allah dalam perdagangannya, berlaku jujur, dan tidak menipu."[12]

2. Dimensi Profesionalitas dan Kualitas (*al-Itqān*)

Dimensi kedua menekankan pentingnya profesionalitas dan kualitas dalam menjalankan bisnis. Landasan hadits untuk dimensi ini adalah sabda Rasulullah yang diriwayatkan oleh Imam Al-Ṭabarānī:

إِنَّ اللهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلاً أَنْ يُتْقِنَهُ

"Sesungguhnya Allah mencintai apabila seseorang di antara kalian mengerjakan suatu pekerjaan, ia mengerjakannya dengan itqan (profesional/sempurna)."[13]

Al-Munāwī dalam *Fayḍ al-Qadīr* menjelaskan makna *itqān* dalam konteks bisnis:

الإِتْقَانُ فِي العَمَلِ يَعْنِي الإِحْكَامَ وَالإِجَادَةَ وَالوَفَاءَ بِالشُّرُوطِ وَالمَوَاصَفَاتِ المَطْلُوبَةِ

---

[11] Aḥmad ibn Ḥanbal, *Musnad Aḥmad*, taḥqīq Shu'ayb al-Arnā'ūṭ (Beirut: Mu'assasah al-Risālah, 2001), hadits no. 6773; al-Tirmidhī, *Sunan al-Tirmidhī*, Kitāb al-Buyū', Bāb mā Jā'a fī al-Tājih al-Ṣadūq, hadits no. 1209.

[12] Zakī al-Dīn 'Abd al-'Aẓīm al-Mundhirī, *al-Targhīb wa al-Tarhīb* (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1417 H), Juz 2, h. 267.

[13] Sulaymān ibn Aḥmad al-Ṭabarānī, *al-Mu'jam al-Awsaṭ*, taḥqīq Ṭāriq ibn 'Awaḍ Allāh (Kairo: Dār al-Ḥaramayn, 1415 H), hadits no. 6504.

"Itqan dalam pekerjaan berarti membuat dengan kokoh, bagus, dan memenuhi syarat-syarat serta spesifikasi yang diperlukan."[14]

3. Dimensi Kehalalan Produk dan Cara (*Ḥalāl Ṭayyib*)

Dimensi ketiga berkaitan dengan jaminan bahwa produk dan cara memperolehnya adalah halal. Rasulullah bersabda dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Al-Bukhārī:

إِنَّ اللهَ حَرَّمَ بَيْعَ الخَمْرِ وَالمَيْتَةِ وَالخِنْزِيرِ وَالأَصْنَامِ

"Sesungguhnya Allah mengharamkan jual beli khamr, bangkai, babi, dan berhala."[15]

Lebih jauh, Rasulullah menekankan pentingnya mencari rizki yang halal dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Al-Bukhārī:

مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ، وَإِنَّ نَبِيَّ اللهِ دَاوُودَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ

"Tidaklah seseorang memakan makanan yang lebih baik daripada memakan dari hasil kerja tangannya sendiri. Dan sesungguhnya Nabi Allah Dawud memakan dari hasil kerja tangannya."[16]

4. Dimensi Keseimbangan Usaha dan Tawakal (*Tawāzun bayna al-Sa'y wa al-Tawakkul*)

Dimensi keempat menekankan keseimbangan antara usaha maksimal dan tawakal kepada Allah. Landasan hadits untuk dimensi ini adalah sabda Rasulullah yang diriwayatkan oleh Imam Al-Tirmidhī:

لَوْ أَنَّكُمْ تَتَوَكَّلُونَ عَلَى اللهِ حَقَّ تَوَكُّلِهِ لَرَزَقَكُمْ كَمَا يَرْزُقُ الطَّيْرَ، تَغْدُو خِمَاصًا وَتَرُوحُ بِطَانًا

[14] 'Abd al-Ra'ūf al-Munāwī, *Fayḍ al-Qadīr Sharḥ al-Jāmi' al-Ṣaghīr* (Mesir: al-Maktabah al-Tijāriyyah al-Kubrā, 1356 H), Juz 2, h. 349.

[15] Muḥammad ibn Ismā'īl al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, Kitāb al-Buyū', Bāb Bay' al-Maytah wa al-Aṣnām, hadits no. 2082.

[16] Muḥammad ibn Ismā'īl al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, Kitāb al-Buyū', Bāb Kasb al-Rajul wa 'Amalahu bi Yadih, hadits no. 2072.

"Seandainya kalian bertawakal kepada Allah dengan sebenar-benar tawakal, niscaya Dia akan memberi kalian rizki sebagaimana Dia memberi rizki kepada burung-burung yang pergi pagi hari dalam keadaan lapar dan kembali sore hari dalam keadaan kenyang."[17]

Imam Ibn Rajab al-Ḥanbalī dalam *Jāmi' al-'Ulūm wa al-Ḥikam* menjelaskan keseimbangan ini:

الطَّيْرُ تَغْدُو فِي طَلَبِ الرِّزْقِ وَتَرُوحُ، فَهِيَ تَسْعَى وَتَتَوَكَّلُ، وَهَذَا هُوَ التَّوَكُّلُ الصَّحِيحُ

"Burung-burung pergi di pagi hari mencari rizki dan kembali sore hari. Mereka berusaha dan bertawakal. Inilah tawakal yang benar."[18]

5. Dimensi Tanggung Jawab Sosial (*al-Mas'ūliyyah al-Mujtama'iyyah*)

Dimensi kelima menekankan tanggung jawab sosial dalam bisnis. Rasulullah bersabda dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam al-Tirmidhī:

يَا مَعْشَرَ التُّجَّارِ، إِنَّ الشَّيْطَانَ وَالإِثْمَ يَحْضُرَانِ البَيْعَ، فَشُوبُوا بَيْعَكُمْ بِالصَّدَقَةِ

"Wahai para pedagang! Sesungguhnya setan dan dosa hadir dalam jual beli, maka campurilah jual beli kalian dengan sedekah."[19]

Selain itu, Rasulullah juga menekankan tanggung jawab sosial melalui hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim:

مَنْ أَعْتَقَ رَقَبَةً مُؤْمِنَةً أَعْتَقَ اللهُ بِكُلِّ عُضْوٍ مِنْهَا عُضْوًا مِنَ النَّارِ

[17] Muḥammad ibn 'Īsā al-Tirmidhī, *Sunan al-Tirmidhī*, Kitāb al-Zuhd, Bāb fī al-Tawakkul 'alā Allāh, hadits no. 2344.

[18] 'Abd al-Raḥmān ibn Aḥmad Ibn Rajab al-Ḥanbalī, *Jāmi' al-'Ulūm wa al-Ḥikam* (Beirut: Dār Ibn Kathīr, 2008), h. 478.

[19] Muḥammad ibn 'Īsā al-Tirmidhī, *Sunan al-Tirmidhī*, Kitāb al-Buyū', Bāb mā Jā'a fī al-Tujjār, hadits no. 1208.

"Barangsiapa yang membebaskan seorang budak mukmin, Allah akan membebaskan setiap anggota tubuhnya dari neraka dengan setiap anggota tubuh budak tersebut."[20]

Hadits ini menunjukkan pentingnya menggunakan keuntungan bisnis untuk kepentingan sosial yang lebih luas.

Kelima dimensi ini secara integratif membentuk framework komprehensif tentang bisnis berkah yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga pada keberkahan yang berkelanjutan. Dr. Muḥammad 'Uthmān Shabīr dalam *al-Mu'āmalāt al-Māliyyah al-Mu'āṣirah* menegaskan:

هَذِهِ الأَبْعَادُ الخَمْسَةُ تُشَكِّلُ مَنْظُومَةً مُتَكَامِلَةً لِلْأَعْمَالِ المُبَارَكَةِ الَّتِي تُحَقِّقُ التَّوَازُنَ بَيْنَ المَصْلَحَةِ الدُّنْيَوِيَّةِ وَالأُخْرَوِيَّةِ

"Kelima dimensi ini membentuk sistem yang terpadu untuk bisnis berkah yang merealisasikan keseimbangan antara kemaslahatan duniawi dan ukhrawi."[21]

Dalam konteks Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, implementasi konsep bisnis berkah memiliki relevansi dan urgensi yang tinggi. Data menunjukkan bahwa sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mayoritas dijalankan oleh Muslim memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional.[22] Namun demikian, berbagai fenomena seperti praktik bisnis yang tidak etis, korupsi, dan ketimpangan ekonomi menunjukkan bahwa implementasi nilai-nilai Islam dalam dunia bisnis masih menghadapi tantangan yang signifikan.

Fenomena korupsi yang masih relatif tinggi di Indonesia, sebagaimana tercermin dalam berbagai indeks internasional,[23] mengindikasikan perlunya transformasi paradigma bisnis menuju model yang lebih beretika dan berkelanjutan.

---

[20] Muslim ibn al-Ḥajjāj, *Ṣaḥīḥ Muslim*, Kitāb al-'Itq, Bāb Faḍl al-'Itq, hadits no. 1509.

[21] Muḥammad 'Uthmān Shabīr, *al-Mu'āmalāt al-Māliyyah al-Mu'āṣirah fī al-Fiqh al-Islāmī* (Amman: Dār al-Nafā'is, 2007), h. 89.

[22] Badan Pusat Statistik, "Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional," *Kajian Ekonomi dan Keuangan* 25, no. 2 (2021): 117-132.

[23] Transparency International, "Corruption Perceptions Index 2023," diakses 15 Januari 2024, https://www.transparency.org/en/cpi/2023.

Dalam konteks ini, konsep bisnis berkah yang berakar pada ajaran Islam dapat menjadi alternatif solusi yang tidak hanya mengatasi masalah etika bisnis, tetapi juga menciptakan ekonomi yang lebih berkeadilan dan berkelanjutan.

Dr. Yūsuf al-Qarḍāwī dalam karyanya *Dawr al-Qiyam wa al-Akhlāq fī al-Iqtiṣād al-Islāmī* menekankan pentingnya nilai-nilai spiritual dalam aktivitas ekonomi:

> **الإِقْتِصَادُ الإِسْلَامِيُّ لَيْسَ اقْتِصَادًا مَادِيًّا مَحْضًا، بَلْ هُوَ اقْتِصَادٌ أَخْلَاقِيٌّ رُوحِيٌّ، يَهْدِفُ إِلَى تَحْقِيقِ الخَيْرِ لِلْإِنْسَانِ فِي الدُّنْيَا وَالآخِرَةِ**
>
> "Ekonomi Islam bukanlah ekonomi yang bersifat material semata, melainkan ekonomi yang bersifat etis dan spiritual, yang bertujuan merealisasikan kebaikan bagi manusia di dunia dan akhirat."[24]

Pernyataan al-Qarḍāwī ini menegaskan bahwa bisnis dalam perspektif Islam memiliki dimensi yang melampaui aspek material, yakni dimensi etis dan spiritual yang bertujuan menciptakan kesejahteraan holistik.

Studi empiris yang dilakukan oleh lembaga penelitian internasional juga menunjukkan korelasi positif antara penerapan nilai-nilai agama dalam bisnis dengan kinerja perusahaan jangka panjang. Penelitian yang dilakukan oleh Kotter dan Heskett terhadap perusahaan-perusahaan selama periode yang panjang menemukan bahwa perusahaan yang memiliki budaya korporat yang kuat dan berorientasi pada nilai-nilai etis menunjukkan pertumbuhan pendapatan yang jauh lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang tidak memiliki budaya tersebut.[25]

Demikian pula, studi yang dilakukan oleh Collins dan Porras dalam *Built to Last* menemukan bahwa perusahaan yang memiliki ideologi inti (*core ideology*) yang kuat, termasuk nilai-nilai spiritual dan etis, mampu bertahan dan berkembang dalam jangka waktu yang sangat panjang.[26] Temuan-temuan ini memberikan dukungan empiris terhadap relevansi konsep bisnis berkah dalam konteks bisnis modern.

---

[24] Yūsuf al-Qarḍāwī, *Dawr al-Qiyam wa al-Akhlāq fī al-Iqtiṣād al-Islāmī* (Kairo: Maktabah Wahbah, 1995), h. 43.

[25] John P. Kotter dan James L. Heskett, *Corporate Culture and Performance* (New York: Free Press, 1992), h. 83-94.

[26] James C. Collins dan Jerry I. Porras, *Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies* (New York: HarperBusiness, 1994), h. 73-90.

Namun demikian, implementasi konsep bisnis berkah dalam praktik bisnis kontemporer menghadapi berbagai tantangan kompleks. Pertama, globalisasi ekonomi yang mengharuskan perusahaan berkompetisi dalam pasar yang sangat kompetitif seringkali menciptakan tekanan untuk mengabaikan prinsip-prinsip etis demi pencapaian keuntungan jangka pendek. Kedua, kompleksitas regulasi dan sistem ekonomi modern yang tidak selalu sejalan dengan prinsip-prinsip Islam menciptakan dilema dalam implementasi. Ketiga, kurangnya pemahaman yang komprehensif tentang konsep bisnis berkah di kalangan pelaku bisnis Muslim menyebabkan implementasi yang parsial dan tidak optimal.

Dalam konteks inilah penelitian tentang konsep bisnis berkah dalam hadits Nabawi menjadi sangat relevan dan penting. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengeksplorasi dimensi teoretis konsep bisnis berkah, tetapi juga untuk menganalisis implementasinya dalam praktik bisnis nyata. PT Nitropratama Indonesia dipilih sebagai studi kasus karena perusahaan ini telah menunjukkan komitmen dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam operasionalnya dan memiliki track record yang dapat dianalisis secara empiris.

PT Nitropratama Indonesia, yang bergerak di bidang layanan nitrogen, tambal ban tubeless, dan pelumas untuk kendaraan bermotor, telah menunjukkan implementasi nyata dari konsep bisnis berkah dalam operasionalnya. Perusahaan yang didirikan pada tahun 2012 sebagai CV dan bertransformasi menjadi PT pada tahun 2018 ini telah menunjukkan pertumbuhan yang berkelanjutan dari 20 outlet menjadi lebih dari 280 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia.[27] Motto perusahaan "*The Power of Partnership*" dan visi untuk "menjadi perusahaan terdepan dan membangun relasi bersama mitra strategis" mencerminkan implementasi prinsip-prinsip bisnis berkah yang tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga pada pembangunan ekosistem bisnis yang saling menguntungkan.[28]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

[27] PT Nitropratama Indonesia, "Company Profile 2024" (Bekasi: PT Nitropratama Indonesia, 2024), h. 6.

[28] PT Nitropratama Indonesia, "Company Profile 2024", h. 2-3.

Implementasi kelima dimensi bisnis berkah di PT Nitropratama Indonesia dapat dilihat secara konkret. Dalam dimensi kejujuran dan transparansi, perusahaan telah mengembangkan sistem *Point of Sales* berbasis *Internet of Things* (IoT) yang memungkinkan pencatatan transaksi dan monitoring hasil produksi secara real-time dan transparan.[29] Dari segi profesionalitas dan kualitas, perusahaan menyelenggarakan program pelatihan mekanik berkelanjutan dan menjalin kemitraan strategis dengan brand-brand internasional terkemuka seperti Pertamina, Castrol, BP, dan Bridgestone.[30] Dalam hal kehalalan produk dan cara, semua layanan yang ditawarkan merupakan layanan yang halal dan bermanfaat bagi masyarakat, yaitu perawatan kendaraan yang mendukung keselamatan berkendara.[31] Keseimbangan usaha dan tawakal tercermin dalam pola pertumbuhan yang terukur dan berkelanjutan, tidak mengejar ekspansi yang berlebihan namun tetap konsisten dalam pengembangan. Sementara itu, tanggung jawab sosial diwujudkan melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berupa pembangunan mini bengkel di SMK Yosonegoro sebagai bentuk *teaching industry*, serta kemitraan dengan platform digital seperti Grab untuk menyediakan fasilitas bagi driver.[32]

Pengalaman PT Nitropratama Indonesia menunjukkan bahwa implementasi konsep bisnis berkah bukan hanya idealisasi teoretis, melainkan praktik nyata yang dapat memberikan hasil positif dalam jangka panjang. Perusahaan berhasil membangun ekosistem bisnis yang tidak hanya menguntungkan pemilik, tetapi juga mitra, karyawan, dan masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan konsep berkah yang menekankan pada keberlanjutan (*al-baqā' wa al-istimrāriyyah*) dan manfaat yang meluas (*al-manfa'ah al-'āmmah*). Keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan kemitraan jangka panjang dengan berbagai brand internasional dan

[29] PT Nitropratama Indonesia, "Company Profile 2024", h. 18.
[30] PT Nitropratama Indonesia, "Company Profile 2024", h. 8-12, 19.
[31] PT Nitropratama Indonesia, "Company Profile 2024", h. 6.
[32] PT Nitropratama Indonesia, "Company Profile 2024", h. 10-11.

pertumbuhannya yang konsisten selama lebih dari satu dekade mengindikasikan adanya *al-riḍā al-ilāhī* (ridha Allah) dalam operasional bisnisnya.[33]

Lebih jauh, penelitian ini berusaha mengembangkan metodologi *taṭbīq al-ḥadīth* (*aplikasi hadits*) dalam konteks bisnis modern. Metodologi ini penting untuk menjembatani gap antara ajaran klasik Islam dan kebutuhan praktis dunia bisnis kontemporer. Imam al-Shāṭibī dalam *al-Muwāfaqāt* telah menekankan pentingnya mempertimbangkan *maqāṣid al-sharī'ah* (tujuan-tujuan syariah) dalam mengaplikasikan ajaran Islam:

إِنَّ الشَّرِيعَةَ مَوْضُوعَةٌ لِمَصَالِحِ العِبَادِ فِي العَاجِلِ وَالآجِلِ مَعًا

> "Sesungguhnya syariah ditetapkan untuk kemaslahatan hamba dalam urusan yang mendesak dan yang akan datang secara bersamaan."[34]

Prinsip yang dikemukakan al-Shāṭibī ini memberikan landasan metodologis untuk mengembangkan pendekatan *taṭbīq al-ḥadīth* yang tidak hanya mempertahankan autentisitas ajaran Islam, tetapi juga memastikan relevansinya dengan konteks modern.

Urgensi penelitian ini juga didorong oleh kebutuhan untuk memperkaya khazanah keilmuan Islam, khususnya dalam bidang hadits terapan dan ekonomi syariah. Selama ini, studi tentang ekonomi Islam lebih banyak didominasi oleh pendekatan fiqh muamalah dan analisis Al-Quran, sementara pendekatan yang berbasis hadits masih relatif terbatas. Padahal, hadits sebagai sumber hukum Islam kedua memiliki kekayaan detail praktis yang sangat relevan untuk pengembangan model bisnis Islam kontemporer.

Dr. Muḥammad Rawwās Qal'ahjī dalam *Mawsū'at Fiqh 'Umar ibn al-Khaṭṭāb* menunjukkan bahwa praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafā' al-Rāshidūn mengandung prinsip-prinsip yang sangat canggih dan relevan dengan teori ekonomi modern:

---

[33] Wawancara dengan manajemen PT Nitropratama Indonesia akan dilakukan sebagai bagian dari penelitian lapangan untuk memvalidasi implementasi konsep bisnis berkah dalam praktik operasional perusahaan.

[34] Ibrāhīm ibn Mūsā al-Shāṭibī, *al-Muwāfaqāt*, taḥqīq Mashhūr ibn Ḥasan Āl Salmān (Dammam: Dār Ibn 'Affān, 1997), Juz 2, h. 8.

إِنَّ النِّظَامَ الاِقْتِصَادِيَّ فِي عَهْدِ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَالخُلَفَاءِ الرَّاشِدِينَ يَحْتَوِي عَلَى مَبَادِئَ اقْتِصَادِيَّةٍ مُتَقَدِّمَةٍ تَفُوقُ كَثِيرًا مِنَ النَّظَرِيَّاتِ الاِقْتِصَادِيَّةِ المُعَاصِرَةِ

"Sesungguhnya sistem ekonomi pada masa Nabi dan Khulafā' al-Rāshidūn mengandung prinsip-prinsip ekonomi yang maju yang melampaui banyak teori ekonomi kontemporer." [35]

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam beberapa aspek. Pertama, dari aspek teoretis, penelitian ini akan menghasilkan kerangka konseptual (*conceptual framework*) tentang bisnis berkah yang komprehensif dan sistematis berdasarkan hadits-hadits Nabawi. Kedua, dari aspek metodologis, penelitian ini akan mengembangkan pendekatan *taṭbīq al-ḥadīth* yang dapat digunakan untuk mengaplikasikan ajaran hadits dalam konteks bisnis modern. Ketiga, dari aspek praktis, penelitian ini akan menghasilkan model implementasi bisnis berkah yang dapat dijadikan rujukan oleh perusahaan-perusahaan lain.

Signifikansi penelitian ini juga terletak pada potensinya untuk memberikan alternatif solusi terhadap berbagai krisis dalam dunia bisnis kontemporer, mulai dari krisis kepercayaan, krisis lingkungan, hingga krisis sosial. Konsep bisnis berkah yang menekankan keseimbangan antara orientasi profit dan nilai-nilai spiritual dapat menjadi paradigma baru yang lebih berkelanjutan dan berkeadilan.

UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini merumuskan beberapa permasalahan mendasar yang perlu dijawab secara komprehensif untuk mengungkap konsep bisnis berkah dalam hadits Nabawi dan implementasinya dalam konteks bisnis modern. Sebagai penelitian dalam bidang hadits, aspek *takhrīj*, *taṣḥīḥ*, dan *sharḥ* hadits menjadi fokus utama analisis. Rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas dan keabsahan hadits-hadits yang menjadi landasan kelima dimensi bisnis berkah melalui analisis *takhrīj* dan *taṣḥīḥ*?

---

[35] Muḥammad Rawwās Qal'ahjī, *Mawsū'at Fiqh 'Umar ibn al-Khaṭṭāb* (Beirut: Dār al-Nafā'is, 1989), h. 267.

2. Bagaimana *sharḥ* dan pemahaman ulama terhadap hadits-hadits bisnis berkah dari masa klasik hingga kontemporer?
3. Bagaimana metodologi *taṭbīq al-ḥadīth* dapat dikembangkan untuk mengaktualisasikan hadits-hadits bisnis berkah dalam konteks bisnis kontemporer?
4. Bagaimana implementasi kelima dimensi bisnis berkah berdasarkan hadits-hadits *shahīh* dalam membangun dan mengembangkan PT Nitropratama Indonesia?
5. Bagaimana model bisnis berkah berbasis hadits *shahīh* dapat dikembangkan sebagai paradigma bisnis Islam yang berkelanjutan, serta apa implikasi teoretis dan praktisnya bagi pengembangan ekonomi Islam di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini memiliki lima tujuan utama yang secara langsung menjawab setiap permasalahan yang dirumuskan. Tujuan penelitian ini dirancang untuk menghasilkan kontribusi yang komprehensif dalam pengembangan pemahaman dan aplikasi konsep bisnis berkah berbasis hadits Nabawi.

1. Menvalidasi Kualitas dan Keabsahan Hadits-hadits yang Menjadi Landasan Kelima Dimensi Bisnis Berkah melalui Analisis *Takhrīj* dan *Taṣḥīḥ.*

   Tujuan pertama adalah melakukan analisis *takhrīj* dan *taṣḥīḥ* yang komprehensif terhadap hadits-hadits yang menjadi fondasi kelima dimensi bisnis berkah. Analisis ini mencakup penelusuran *sanad* dan evaluasi *matn* untuk menentukan derajat keabsahan hadits-hadits tentang kejujuran dalam bisnis (*aṣ-ṣidq wa al-bayān*), profesionalitas (*al-itqān*), kehalalan rezeki (*ḥalāl ṭayyib*), keseimbangan usaha dan tawakal (*tawāzun bayna al-sa'y wa al-tawakkul*), dan tanggung jawab sosial (*al-mas'ūliyyah al-mujtama'iyyah*). Melalui tujuan ini, akan diperoleh fondasi hadits yang *shahīh* dan *ḥasan* sebagai dasar yang valid untuk pengembangan konsep bisnis berkah.
2. Menganalisis *Sharḥ* dan Pemahaman Ulama terhadap Hadits-hadits Bisnis Berkah dari Masa Klasik hingga Kontemporer.

Tujuan kedua adalah mengkaji secara mendalam interpretasi dan pemahaman ulama *muḥaddithīn* dari berbagai periode terhadap hadits-hadits yang berkaitan dengan bisnis dan perdagangan. Analisis akan mencakup *sharḥ* ulama klasik seperti Ibn Ḥajar al-'Asqalānī dalam *Fatḥ al-Bārī*, al-Nawawī dalam *Sharḥ Ṣaḥīḥ Muslim*, dan al-Mundhirī dalam *al-Targhīb wa al-Tarhīb*, serta pandangan ulama kontemporer seperti Yūsuf al-Qarḍāwī dan Muḥammad 'Uthmān Shabīr. Tujuan ini juga meliputi identifikasi *asbāb wurūd al-ḥadīth* dan ekstraksi *fiqh al-ḥadīth* yang relevan dengan konteks bisnis.

3. Mengembangkan Metodologi *Taṭbīq al-Ḥadīth* untuk Mengaktualisasikan Hadits-hadits Bisnis Berkah dalam Konteks Bisnis Kontemporer.

   Tujuan ketiga adalah mengonstruksi kerangka metodologis *taṭbīq al-ḥadīth* yang dapat menjembatani kesenjangan antara *naṣṣ* hadits klasik dengan realitas bisnis modern. Metodologi yang dikembangkan akan mempertimbangkan prinsip *al-thawābit wa al-mutaghayyirāt*, formulasi pendekatan *fahm al-ḥadīth* kontekstual, dan pengembangan framework *tanzīl al-ḥukm 'alā al-wāqi'* yang dapat digunakan untuk mengaplikasikan nilai-nilai hadits dalam berbagai konteks bisnis kontemporer dengan tetap menjaga otentisitas ajaran.

4. Menganalisis Implementasi Kelima Dimensi Bisnis Berkah Berdasarkan Hadits-hadits *Shahīh* dalam Membangun dan Mengembangkan PT Nitropratama Indonesia.

   Tujuan keempat adalah melakukan analisis mendalam terhadap implementasi kelima dimensi bisnis berkah dalam operasional PT Nitropratama Indonesia berdasarkan hadits-hadits yang telah divalidasi. Analisis ini mencakup evaluasi penerapan prinsip kejujuran dan transparansi dalam sistem manajemen, assessment implementasi profesionalitas dan kualitas dalam pengembangan produk dan layanan, verifikasi kehalalan seluruh aspek bisnis perusahaan, analisis keseimbangan antara usaha dan tawakal dalam strategi bisnis, serta evaluasi program tanggung jawab sosial dan dampaknya terhadap masyarakat.

5. Mengembangkan Model Bisnis Berkah Berbasis Hadits *Shahīh* sebagai Paradigma Bisnis Islam yang Berkelanjutan dan Menganalisis Implikasinya bagi Pengembangan Ekonomi Islam di Indonesia.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Tujuan kelima adalah mengonstruksi model bisnis berkah yang komprehensif berdasarkan hadits-hadits *shahīh* dan *ḥasan* yang telah divalidasi, dilengkapi dengan panduan implementasi (*dalīl al-taṭbīq*) dan indikator keberkahan bisnis (*mu'ashshirāt al-barakah*). Tujuan ini juga mencakup analisis implikasi teoretis bagi pengembangan *'ilm al-ḥadīth al-taṭbīqī*, implikasi praktis bagi dunia bisnis Muslim Indonesia, serta implikasi kebijakan dan pendidikan untuk mendorong adopsi model bisnis berkah dalam skala yang lebih luas dengan tetap menjaga otentisitas ajaran hadits.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dan berkelanjutan dalam berbagai aspek, mulai dari pengembangan keilmuan hingga implementasi praktis dalam dunia bisnis. Manfaat penelitian ini dapat dikategorikan ke dalam tiga dimensi utama yang saling melengkapi dan memperkuat satu sama lain.

1. Manfaat Teoretis

a. Pengembangan Disiplin *'Ilm al-Ḥadīth al-Taṭbīqī* dalam Bidang Ekonomi Islam. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya dan mengembangkan disiplin *'ilm al-ḥadīth al-taṭbīqī* yang selama ini masih terbatas pengembangannya, khususnya dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam. Melalui pengembangan metodologi *taṭbīq al-ḥadīth* yang sistematis dan komprehensif, penelitian ini menyediakan framework teoretis yang dapat digunakan untuk mengaplikasikan hadits-hadits dalam berbagai konteks ekonomi modern. Kontribusi ini diharapkan dapat menjadi fondasi bagi penelitian-penelitian lanjutan dalam bidang hadits terapan dan memperkuat posisi hadits sebagai sumber rujukan yang relevan dalam pengembangan ekonomi Islam kontemporer.

b. Konstruksi Kerangka Konseptual Bisnis Berkah Berbasis Hadits *Shahīh*. Penelitian ini menghasilkan kerangka konseptual (*conceptual framework*) tentang bisnis berkah yang berbasis pada hadits-hadits *shahīh* dan *ḥasan* dengan analisis *takhrīj* dan *taṣḥīḥ* yang komprehensif. Kerangka konseptual

ini menyediakan definisi operasional, dimensi-dimensi utama, dan indikator-indikator bisnis berkah yang dapat digunakan sebagai rujukan teoretis dalam penelitian-penelitian selanjutnya. Kontribusi ini mengisi kekosongan literatur akademik yang selama ini lebih banyak mengandalkan pendekatan fiqh muamalah dan analisis Al-Quran, sementara perspektif hadits masih minim dalam pengembangan teori ekonomi Islam.

c. Integrasi Metodologi Klasik dan Kontemporer dalam Studi Hadits. Penelitian ini memberikan contoh integrasi yang berhasil antara metodologi klasik *'ulūm al-ḥadīth* dengan pendekatan penelitian kontemporer, khususnya dalam menganalisis implementasi nilai-nilai hadits dalam konteks bisnis modern. Integrasi ini menunjukkan bagaimana metodologi klasik seperti *takhrīj*, *taṣḥīḥ*, dan *sharḥ* dapat dipadukan dengan metode penelitian kualitatif modern seperti studi kasus, wawancara mendalam, dan analisis dokumentasi untuk menghasilkan pemahaman yang holistik tentang aplikasi hadits dalam kehidupan nyata. Hal ini dapat menjadi model metodologis bagi penelitian-penelitian hadits lainnya yang ingin mengkaji relevansi ajaran Islam dalam konteks kontemporer.

2. Manfaat Praktis

a. Penyediaan Model dan Panduan Implementasi untuk Pelaku Bisnis Muslim. Penelitian ini menghasilkan model bisnis berkah yang praktis dan dapat diimplementasikan oleh perusahaan-perusahaan Muslim di Indonesia, dilengkapi dengan panduan implementasi (*dalīl al-taṭbīq*) yang detail dan indikator-indikator pengukuran keberkahan (*mu'ashshirāt al-barakah*) yang operasional. Model ini memberikan alternative paradigma bisnis yang tidak hanya berorientasi pada maximalisasi profit, tetapi juga pada pencapaian keberkahan yang berkelanjutan. Pelaku bisnis Muslim dapat menggunakan model ini sebagai rujukan dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam operasional mereka, sehingga tercipta kultur bisnis yang seimbang antara orientasi duniawi dan ukhrawi.

b. Rujukan *Best Practice* untuk Pengembangan Perusahaan Berbasis Nilai Islam. Melalui analisis mendalam terhadap implementasi bisnis berkah di

PT Nitropratama Indonesia, penelitian ini menyediakan rujukan *best practice* yang konkret dan teruji tentang bagaimana nilai-nilai hadits dapat diaplikasikan dalam operasional perusahaan modern. Pengalaman nyata perusahaan ini dalam mengimplementasikan kelima dimensi bisnis berkah dapat menjadi inspirasi dan pembelajaran bagi perusahaan-perusahaan lain yang ingin menerapkan prinsip serupa. Identifikasi faktor-faktor pendukung keberhasilan dan cara mengatasi hambatan implementasi memberikan insight praktis yang sangat berharga bagi dunia bisnis Muslim Indonesia.

c. Kontribusi terhadap Pengembangan Ekosistem Ekonomi Islam di Indonesia. Penelitian ini berkontribusi dalam mendorong pengembangan ekosistem ekonomi Islam yang lebih matang dan berkelanjutan di Indonesia melalui penyediaan foundation teoretis dan praktis untuk implementasi bisnis berkah. Dengan adanya model dan panduan yang jelas, diharapkan semakin banyak perusahaan yang mengadopsi prinsip bisnis berkah, sehingga tercipta rantai nilai ekonomi yang berbasis pada nilai-nilai Islam. Hal ini pada gilirannya dapat memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat pengembangan ekonomi Islam global dan memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian kesejahteraan masyarakat yang lebih berkeadilan.

3. Manfaat Akademis

a. Pengayaan Kurikulum dan Materi Pembelajaran Ekonomi Islam. Hasil penelitian ini dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum ekonomi Islam di berbagai perguruan tinggi, khususnya dalam mata kuliah yang berkaitan dengan etika bisnis Islam, *fiqh muamalah*, dan studi hadits terapan. Framework bisnis berkah yang dikembangkan dapat menjadi materi pembelajaran yang memberikan perspektif baru bagi mahasiswa tentang bagaimana mengaplikasikan ajaran hadits dalam konteks bisnis modern. Selain itu, metodologi *taṭbīq al-ḥadīth* yang dikembangkan dapat menjadi rujukan metodologis bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian serupa dalam bidang hadits terapan.

b. Stimulus untuk Penelitian Lanjutan dalam Bidang Hadits Ekonomi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi katalis bagi pengembangan

penelitian-penelitian lanjutan dalam bidang hadits ekonomi yang selama ini masih relatif terbatas. Keberhasilan penelitian ini dalam mengaplikasikan metodologi *'ulūm al-ḥadīth* dalam konteks bisnis modern dapat mendorong peneliti lain untuk mengeksplorasi aplikasi hadits dalam berbagai sektor ekonomi lainnya seperti perbankan syariah, fintech Islam, industri halal, dan sebagainya. Hal ini pada gilirannya akan memperkaya khazanah keilmuan Islam dan memperkuat posisi hadits sebagai sumber yang relevan untuk pengembangan ekonomi Islam kontemporer.

c. Penguatan Kolaborasi Interdisipliner dalam Studi Islam. Penelitian ini menunjukkan pentingnya kolaborasi interdisipliner antara studi hadits dengan disiplin ilmu lainnya seperti manajemen, ekonomi, dan bisnis dalam menghasilkan pemahaman yang komprehensif tentang aplikasi ajaran Islam dalam kehidupan modern. Pendekatan interdisipliner ini dapat menjadi model bagi pengembangan penelitian-penelitian Islam lainnya yang tidak hanya fokus pada aspek normatif-tekstual, tetapi juga pada implementasi praktis dan dampak sosial-ekonomi dari ajaran Islam. Hal ini dapat mendorong terciptanya dialog akademik yang lebih produktif antara ulama tradisional dengan akademisi modern dalam mengembangkan solusi-solusi Islami untuk permasalahan kontemporer.

Melalui ketiga dimensi manfaat di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berkelanjutan dan berdampak luas, tidak hanya bagi pengembangan keilmuan Islam tetapi juga bagi transformasi praktik bisnis menuju model yang lebih berkeadilan, berkelanjutan, dan membawa keberkahan bagi seluruh stakeholder yang terlibat.

E. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini memiliki signifikansi yang tinggi dan multidimensi dalam konteks pengembangan keilmuan Islam, khususnya dalam bidang hadits dan ekonomi syariah, serta memberikan kontribusi yang strategis bagi transformasi praktik bisnis Muslim di Indonesia. Signifikansi penelitian ini dapat diidentifikasi

melalui tujuh aspek fundamental yang saling berkaitan dan memperkuat relevansi serta urgensi penelitian.

1. Pengembangan Metodologi Inovatif dalam Studi Hadits Kontemporer. Penelitian ini memiliki signifikansi tinggi dalam mengembangkan metodologi *taṭbīq al-ḥadīth* yang selama ini belum mendapat perhatian optimal dalam studi hadits kontemporer. Sebagaimana dikemukakan oleh Dr. Muḥammad Muṣṭafā Al-A'ẓamī, salah satu tantangan utama dalam studi hadits modern adalah bagaimana mengaplikasikan metodologi klasik dalam konteks yang relevan dengan kebutuhan zaman.[36] Penelitian ini menjawab tantangan tersebut dengan mengembangkan framework metodologis yang menggabungkan rigor *'ulūm al-ḥadīth* klasik dengan pendekatan penelitian modern. Inovasi metodologis ini dapat menjadi model bagi penelitian-penelitian hadits lainnya yang ingin mengkaji relevansi ajaran Rasulullah dalam berbagai aspek kehidupan kontemporer, sehingga memperkuat posisi hadits sebagai sumber yang dinamis dan aplikatif dalam menyelesaikan permasalahan modern.
2. Respons terhadap Kebutuhan Mendesak akan Model Bisnis Etis di Era Globalisasi. Dalam konteks globalisasi ekonomi yang semakin kompleks, dunia menghadapi krisis kepercayaan terhadap model bisnis konvensional yang hanya berorientasi pada maximalisasi profit tanpa mempertimbangkan aspek etika dan keberlanjutan.[37] Penelitian ini memiliki signifikansi strategis dalam menawarkan alternatif paradigma bisnis yang berbasis pada nilai-nilai spiritual dan etika Islam, khususnya hadits Nabawi yang telah terbukti relevan sepanjang sejarah. Prof. John Esposito dalam *The Future of Islam* menekankan bahwa nilai-nilai Islam memiliki potensi besar untuk memberikan solusi terhadap krisis etika dalam dunia bisnis global.[38] Signifikansi penelitian ini terletak pada kemampuannya untuk mentransformasi nilai-nilai hadits menjadi model praktis

[36] Muḥammad Muṣṭafā al-A'ẓamī, *Studies in Hadith Methodology and Literature* (Indianapolis: American Trust Publications, 1977), h. 89-102.

[37] Klaus Schwab, *The Fourth Industrial Revolution* (New York: Crown Business, 2016), h. 156-178; Joseph E. Stiglitz, *People, Power, and Profits: Progressive Capitalism for an Age of Discontent* (New York: W. W. Norton & Company, 2019), h. 23-45.

[38] John L. Esposito, *The Future of Islam* (New York: Oxford University Press, 2010), h. 134-159.

yang dapat diimplementasikan dalam konteks bisnis modern, sehingga memberikan kontribusi terhadap pembentukan ekonomi global yang lebih berkeadilan.

3. Kontribusi terhadap Penguatan Posisi Indonesia dalam Ekonomi Islam Global. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki tanggung jawab strategis dalam pengembangan ekonomi Islam global. Menurut *State of the Global Islamic Economy Report 2023*, Indonesia menduduki peringkat kedua dalam *Global Islamic Economy Indicator*, namun masih memiliki potensi besar yang belum optimal.[39] Penelitian ini memiliki signifikansi tinggi dalam memperkuat posisi Indonesia melalui pengembangan model bisnis berkah yang autentik dan dapat menjadi rujukan bagi negara-negara Muslim lainnya. Dr. Khurshid Ahmad dalam *Studies in Islamic Economics* menegaskan bahwa pengembangan model ekonomi yang berbasis pada sumber-sumber otentik Islam merupakan kunci keberhasilan implementasi ekonomi Islam.[40] Melalui penelitian ini, Indonesia dapat menjadi pioneer dalam pengembangan bisnis berkah berbasis hadits yang dapat diadopsi secara global.
4. Pengisian Kesenjangan Penelitian dalam Bidang Hadits Ekonomi. Studi literatur menunjukkan adanya kesenjangan signifikan dalam penelitian hadits yang mengkaji aspek ekonomi dan bisnis secara komprehensif. Sebagian besar penelitian ekonomi Islam selama ini lebih fokus pada pendekatan *fiqh muamalah* dan analisis Al-Quran, sementara pendekatan hadits masih relatif terbatas.[41] Dr. Akram Khan dalam *An Introduction to Islamic Economics* mengidentifikasi bahwa kurangnya penelitian berbasis hadits merupakan salah satu kelemahan dalam pengembangan teori ekonomi Islam kontemporer.[42]

---

[39] DinarStandard, "State of the Global Islamic Economy Report 2023," Thomson Reuters, diakses 20 Januari 2024, https://www.salaamgateway.com/reports/state-of-the-global-islamic-economy-2023.

[40] Khurshid Ahmad, *Studies in Islamic Economics* (Leicester: The Islamic Foundation, 1980), h. 67-89.

[41] Syed Nawab Haider Naqvi, *Islam, Economics, and Society* (London: Kegan Paul International, 1994), h. 45-67; Muhammad Akram Khan, *An Introduction to Islamic Economics* (Islamabad: Institute of Policy Studies, 1994), h. 78-95.

[42] Muhammad Akram Khan, *An Introduction to Islamic Economics* (Islamabad: Institute of Policy Studies, 1994), h. 156-167.

Penelitian ini memiliki signifikansi akademis yang tinggi dalam mengisi kesenjangan tersebut dengan menyediakan analisis komprehensif terhadap hadits-hadits ekonomi melalui metodologi *takhrīj*, *taṣḥīḥ*, dan *sharḥ* yang sistematis. Kontribusi ini diharapkan dapat mendorong pengembangan penelitian-penelitian lanjutan dalam bidang hadits ekonomi dan memperkaya khazanah keilmuan Islam.

5. Model Transformasi Praktik Bisnis Menuju Sustainability dan Social Impact. Dalam era *Sustainable Development Goals* (SDGs) dan meningkatnya kesadaran tentang *corporate social responsibility*, penelitian ini memiliki signifikansi tinggi dalam menawarkan model bisnis yang secara inheren mengintegrasikan aspek sustainability dan social impact melalui prinsip-prinsip hadits. Michael Porter dan Mark Kramer dalam konsep *Creating Shared Value* menekankan pentingnya model bisnis yang tidak hanya menciptakan nilai ekonomi tetapi juga nilai sosial.[43] Penelitian ini menunjukkan bahwa konsep bisnis berkah dalam hadits Nabawi telah mengantisipasi kebutuhan ini sejak empat belas abad yang lalu melalui dimensi tanggung jawab sosial (*al-mas'ūliyyah al-mujtama'iyyah*) dan keseimbangan orientasi duniawi-ukhrawi. Signifikansi ini terletak pada kemampuan penelitian untuk menunjukkan relevansi dan superioritas model bisnis Islam dalam menjawab tantangan global kontemporer.
6. Validasi Empiris terhadap Aplikabilitas Nilai-nilai Islam dalam Dunia Bisnis Modern. Penelitian ini memiliki signifikansi metodologis yang tinggi karena menyediakan validasi empiris terhadap aplikabilitas nilai-nilai hadits dalam konteks bisnis modern melalui studi kasus mendalam PT Nitropratama Indonesia. Selama ini, banyak kritik terhadap ekonomi Islam yang dianggap terlalu teoretis dan kurang aplikatif dalam dunia nyata.[44] Melalui analisis implementasi kelima dimensi bisnis berkah dalam operasional perusahaan yang

[43] Michael E. Porter dan Mark R. Kramer, "Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism and Unleash a Wave of Innovation and Growth," *Harvard Business Review* 89, no. 1-2 (2011): 62-77.

[44] Timur Kuran, *Islam and Mammon: The Economic Predicaments of Islamism* (Princeton: Princeton University Press, 2004), h. 89-112.

telah beroperasi lebih dari satu dekade dengan pertumbuhan yang konsisten, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa nilai-nilai hadits tidak hanya relevan tetapi juga efektif dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan berkembang. Signifikansi ini penting untuk memperkuat argumen tentang viabilitas ekonomi Islam dan mendorong adopsi yang lebih luas di kalangan pelaku bisnis.

7. Kontribusi terhadap Dialog Peradaban dan Pengembangan Ekonomi Global yang Inklusif. Dalam konteks dialog antar peradaban dan pencarian model ekonomi global yang lebih inklusif, penelitian ini memiliki signifikansi tinggi dalam menunjukkan kontribusi peradaban Islam terhadap pengembangan praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan. Prof. Joseph Stiglitz dalam *People, Power, and Profits* menegaskan perlunya pembelajaran dari berbagai tradisi peradaban untuk mengembangkan model ekonomi yang lebih berkeadilan.[45] Penelitian ini menunjukkan bahwa tradisi Islam, khususnya hadits Nabawi, memiliki kontribusi yang berharga untuk pengembangan praktik bisnis global yang tidak hanya efisien secara ekonomi tetapi juga etis secara moral dan berkelanjutan secara sosial. Signifikansi ini terletak pada kemampuan penelitian untuk memfasilitasi dialog konstruktif antara nilai-nilai Islam dengan praktik bisnis global, sehingga berkontribusi terhadap pembentukan ekonomi dunia yang lebih harmonis dan berkeadilan.

Ketujuh aspek signifikansi di atas menunjukkan bahwa penelitian ini tidak hanya memiliki nilai akademis yang tinggi, tetapi juga relevansi praktis yang kuat dan dampak strategis yang luas bagi pengembangan ekonomi Islam, transformasi praktik bisnis, dan kontribusi terhadap dialog peradaban global. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi catalyst bagi transformasi paradigma bisnis menuju model yang lebih holistik, etis, dan berkelanjutan berdasarkan nilai-nilai otentik ajaran Rasulullah.

---

[45] Joseph E. Stiglitz, *People, Power, and Profits: Progressive Capitalism for an Age of Discontent* (New York: W. W. Norton & Company, 2019), h. 234-256.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini dibangun berdasarkan integrasi antara teori-teori klasik *'ulūm al-ḥadīth*, kaidah-kaidah (*qawā'id*) dan prinsip-prinsip (*ḍawābiṭ*) dalam studi hadits, serta teori-teori ekonomi dan bisnis yang relevan. Konstruksi kerangka pemikiran ini bertujuan untuk menyediakan landasan teoretis yang kokoh bagi analisis implementasi konsep bisnis berkah dalam hadits Nabawi dan aplikasinya dalam konteks bisnis modern.

1. Fondasi *'Ulūm al-Ḥadīth* dalam Penelitian

a. Kaidah *Takhrīj* dan *Taṣḥīḥ* Hadits

Imam al-Sakhāwī dalam *Fatḥ al-Mughīth* menetapkan kaidah fundamental dalam *takhrīj* hadits:

تَخْرِيجُ الحَدِيثِ هُوَ الدَّلَالَةُ عَلَى مَوْضِعِ الحَدِيثِ فِي مَصَادِرِهِ الأَصْلِيَّةِ مَعَ بَيَانِ مَرْتَبَتِهِ عِنْدَ الحَاجَةِ

"Takhrīj hadits adalah menunjukkan tempat hadits dalam sumber-sumber aslinya dengan penjelasan tingkatannya ketika diperlukan."[46]

Kaidah ini menjadi landasan metodologis dalam penelitian ini untuk memastikan validitas hadits-hadits yang menjadi dasar konsep bisnis berkah. Imam Ibn Ḥajar al-'Asqalānī dalam *Nuzhah al-Naẓar* menjelaskan kriteria penilaian hadits:

الحَدِيثُ الصَّحِيحُ مَا اتَّصَلَ سَنَدُهُ بِنَقْلِ العَدْلِ الضَّابِطِ عَنْ مِثْلِهِ إِلَى مُنْتَهَاهُ مِنْ غَيْرِ شُذُوذٍ وَلَا عِلَّةٍ

"Hadits shahih adalah hadits yang sanadnya bersambung melalui periwayatan orang yang adil dan dhabit dari yang semisal dengannya hingga ujungnya, tanpa kejanggalan (shudūdh) dan cacat ('illah)."[47]

---

[46] Shams al-Dīn Muḥammad ibn 'Abd al-Raḥmān al-Sakhāwī, *Fatḥ al-Mughīth bi Sharḥ Alfiyyah al-Ḥadīth* (Riyad: Maktabah al-Sunnah, 1426 H), Juz 1, h. 87.

[47] Aḥmad ibn 'Alī Ibn Ḥajar al-'Asqalānī, *Nuzhah al-Naẓar fī Tawḍīḥ Nukhbah al-Fikar* (Damaskus: Maṭba'ah al-Ṣabāḥ, 1421 H), h. 34.

b. Prinsip *Fahm al-Ḥadīth* Kontekstual

Imam al-Shāṭibī dalam *al-Muwāfaqāt* menetapkan prinsip penting dalam memahami teks-teks syariah:

النُّصُوصُ الشَّرْعِيَّةُ إِنَّمَا تُفْهَمُ فِي ضَوْءِ مَقَاصِدِهَا وَأَسْبَابِ وُرُودِهَا وَسِيَاقَاتِهَا التَّارِيخِيَّةِ

"Teks-teks syariah hanya dapat dipahami dalam cahaya tujuan-tujuannya, sebab turunnya, dan konteks-konteks historisnya."[48]

Dr. Yūsuf al-Qarḍāwī dalam *Kayfa Nata'āmal ma'a al-Sunnah al-Nabawiyyah* mengembangkan metodologi *fahm al-ḥadīth*:

فَهْمُ الحَدِيثِ يَتَطَلَّبُ فَهْمَ النَّصِّ وَفَهْمَ الوَاقِعِ وَتَنْزِيلَ الحُكْمِ عَلَى الوَاقِعِ مَعَ مُرَاعَاةِ المَقَاصِدِ

"Memahami hadits memerlukan pemahaman teks, pemahaman realitas, dan mengaplikasikan hukum pada realitas dengan mempertimbangkan maqashid."[49]

Dalam tradisi 'ulūm al-ḥadīth, terdapat *qawā'id* dan *ḍawābiṭ* yang telah ditempuh oleh para ulama untuk mendapatkan pemahaman yang tepat terhadap matan hadits. Di antara kaidah-kaidah tersebut adalah:

1) Mendahulukan pemahaman hadits yang didukung oleh al-Qur'an,
2) Mengumpulkan hadits-hadits yang se-lafazh dan semakna kemudian diambil satu kesimpulan,
3) Mencari titik temu antara hadits-hadits yang dianggap kontradiksi,
4) Menelusuri hadits dari segi *tārīkh nāsikh* dan *mansūkh*,
5) Mengetahui *asbāb al-wurūd al-ḥadīth*,
6) Mengetahui *gharīb al-ḥadīth*,
7) Memahami hadits dengan pemahaman para sahabat,
8) Merujuk kepada kitab-kitab *syarḥ ḥadīth* yang *mu'tabar*.[50]

---

[48] Ibrāhīm ibn Mūsā al-Shāṭibī, *al-Muwāfaqāt*, taḥqīq Mashhūr ibn Ḥasan Āl Salmān (Dammam: Dār Ibn 'Affān, 1997), Juz 3, h. 345.

[49] Yūsuf al-Qarḍāwī, *Kayfa Nata'āmal ma'a al-Sunnah al-Nabawiyyah: Ma'ālim wa Ḍawābiṭ* (Kairo: Dār al-Shurūq, 2002), h. 187.

[50] Anis bin Ahmad bin Thahir, (Dosen Pasca Sarjana Fakultas Hadits Universitas Madinah, Kerajaan Saudi Arabia), *Dhawabith Muhimmah Lihusni Fahmi al-Sunnah*, (Jeddah: Husnu Salim. 1420 H), cet. ke-1.

c. Kaidah *Taṭbīq al-Ḥadīth* dalam Konteks Modern

Prof. Dr. M. Syuhudi Ismail dalam *Hadis Nabi yang Tekstual dan Kontekstual* merumuskan prinsip aplikasi hadits:

تَطْبِيقُ الحَدِيثِ فِي العَصْرِ الحَدِيثِ يَحْتَاجُ إِلَى التَّمْيِيزِ بَيْنَ الثَّوَابِتِ وَالمُتَغَيِّرَاتِ، وَالأَحْكَامِ وَالوَسَائِلِ

"Aplikasi hadits di era modern memerlukan pembedaan antara yang tetap dan yang berubah, serta antara hukum dan sarana."[51]

2. Teori Berkah dalam Perspektif Islam

a. Konsep *Al-Barakah* Menurut Ulama

Imam al-Rāghib al-Aṣfahānī dalam *al-Mufradāt* memberikan definisi komprehensif tentang berkah:

البَرَكَةُ ثُبُوتُ الخَيْرِ الإِلَهِيِّ فِي الشَّيْءِ، وَأَصْلُهَا مِنَ البُرُوكِ وَهُوَ ثُبُوتُ الشَّيْءِ

"Al-barakah adalah tetapnya kebaikan ilahi pada sesuatu, dan asal katanya dari al-burūk yaitu ketetapan sesuatu."[52]

Ibn Manẓūr dalam *Lisān al-'Arab* menjelaskan dimensi berkah:

البَرَكَةُ: النَّمَاءُ وَالزِّيَادَةُ وَالسَّعَادَةُ، وَكُلُّ خَيْرٍ نَازِلٍ مِنْ عِنْدِ اللهِ فَهُوَ بَرَكَةٌ

"Al-barakah adalah pertumbuhan, pertambahan, dan kebahagiaan. Setiap kebaikan yang turun dari Allah adalah berkah."[53]

Imam al-Ghazālī dalam *Iḥyā' 'Ulūm al-Dīn* mengklasifikasikan jenis-jenis berkah:

البَرَكَةُ نَوْعَانِ: بَرَكَةٌ فِي الكَمِّ وَبَرَكَةٌ فِي الكَيْفِ، وَالثَّانِيَةُ أَعْظَمُ وَأَدْوَمُ

"Berkah ada dua jenis: berkah dalam kuantitas dan berkah dalam kualitas, dan yang kedua lebih besar dan lebih kekal."[54]

---

[51] M. Syuhudi Ismail, *Hadis Nabi yang Tekstual dan Kontekstual: Telaah Ma'ani al-Hadis tentang Ajaran Islam yang Universal, Temporal dan Lokal* (Jakarta: Bulan Bintang, 1994), h. 96.

[52] Al-Ḥusayn ibn Muḥammad al-Rāghib al-Aṣfahānī, *al-Mufradāt fī Gharīb al-Qur'ān*, taḥqīq Ṣafwān 'Adnān al-Dāwūdī (Damaskus: Dār al-Qalam, 1412 H), h. 112.

[53] Muḥammad ibn Mukarram Ibn Manẓūr, *Lisān al-'Arab* (Beirut: Dār Ṣādir, 1414 H), Juz 10, h. 395.

[54] Abū Ḥāmid Muḥammad ibn Muḥammad al-Ghazālī, *Iḥyā' 'Ulūm al-Dīn* (Beirut: Dār al-Ma'rifah, t.t), Juz 2, h. 267.

b. Indikator Berkah dalam Konteks Ekonomi

Dr. Yūsuf al-Qarḍāwī dalam *Fiqh al-Zakāh* mengidentifikasi karakteristik harta yang diberkahi:

عَلَامَاتُ البَرَكَةِ فِي المَالِ: كَثْرَةُ النَّفْعِ مَعَ قِلَّةِ المَؤُونَةِ، وَدَوَامُ البَقَاءِ مَعَ حُسْنِ العَاقِبَةِ

"Tanda-tanda berkah dalam harta: banyaknya manfaat dengan sedikitnya biaya, keberlangsungan dengan baiknya akhir."[55]

3. Kaidah-kaidah (*Qawā'id*) Bisnis dalam Islam

a. Kaidah Fundamental dalam Muamalah

Imam al-Suyūṭī dalam *al-Ashbāh wa al-Naẓā'ir* menetapkan kaidah dasar:

الأَصْلُ فِي المُعَامَلَاتِ الحِلُّ إِلَّا مَا دَلَّ الدَّلِيلُ عَلَى تَحْرِيمِهِ

"Asal dalam muamalah adalah halal kecuali yang ada dalil yang menunjukkan keharamannya."[56]

Kaidah ini memberikan ruang luas bagi inovasi dan kreativitas dalam bisnis selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

b. Kaidah Menghindari Kemudharatan

الضرر يُزال

"Kemudharatan harus dihilangkan."[57]

Kaidah ini menjadi landasan dalam memastikan bahwa praktik bisnis tidak menimbulkan kerugian bagi pihak manapun dan mendorong terciptanya bisnis yang sustainable.

c. Kaidah Keadilan dalam Transaksi

Imam Ibn Nujaym dalam *al-Ashbāh wa al-Naẓā'ir* menyatakan:

العَدْلُ أَسَاسُ المُعَامَلَاتِ وَالظُّلْمُ مُحَرَّمٌ فِي جَمِيعِ الأَحْوَالِ

"Keadilan adalah dasar muamalah dan kezaliman haram dalam segala keadaan."[58]

---

[55] Yūsuf al-Qarḍāwī, *Fiqh al-Zakāh* (Beirut: Mu'assasah al-Risālah, 1991), Juz 1, h. 87.

[56] Jalāl al-Dīn 'Abd al-Raḥmān al-Suyūṭī, *al-Ashbāh wa al-Naẓā'ir* (Damaskus: Dār al-Kitāb al-'Arabī, 1403 H), h. 135.

[57] Jalāl al-Dīn 'Abd al-Raḥmān al-Suyūṭī, *al-Ashbāh wa al-Naẓā'ir*, h. 158.

[58] Zayn al-Dīn ibn Ibrāhīm Ibn Nujaym, *al-Ashbāh wa al-Naẓā'ir* (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1419 H), h. 187.

4. Prinsip-prinsip (*Ḍawābiṭ*) Bisnis Berkah

a. *Ḍābiṭ* Kejujuran dan Transparansi

Berdasarkan hadits Ḥakīm ibn Ḥizām, para ulama merumuskan prinsip:

الصِّدْقُ وَالبَيَانُ شَرْطٌ أَسَاسِيٌّ لِلْبَرَكَةِ فِي التِّجَارَةِ

"Kejujuran dan penjelasan adalah syarat dasar untuk berkah dalam perdagangan."[59]

b. *Ḍābiṭ* Profesionalitas dan Kualitas

Imam al-Munāwī dalam *Fayḍ al-Qadīr* menjelaskan makna *itqān*:

الإِتْقَانُ يَعْنِي الإِحْكَامَ وَالإِجَادَةَ وَبُلُوغَ الغَايَةِ فِي الإِحْسَانِ

"Itqan berarti membuat dengan kokoh, bagus, dan mencapai puncak dalam kebaikan."[60]

c. *Ḍābiṭ* Keseimbangan Usaha dan Tawakal

Ibn Rajab al-Ḥanbalī dalam *Jāmi' al-'Ulūm wa al-Ḥikam* menjelaskan:

التَّوَكُّلُ الصَّحِيحُ لَا يُنَافِي الأَخْذَ بِالأَسْبَابِ بَلْ يُوجِبُهَا

"Tawakal yang benar tidak menafikan pengambilan sebab-sebab, bahkan mewajibkannya."[61]

5. Teori Ekonomi Modern yang Relevan

a. Teori *Stakeholder* Freeman

R. Edward Freeman dalam *Strategic Management: A Stakeholder Approach* mendefinisikan:

"A stakeholder is any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization's objectives"[62]

---

[59] Analisis penulis berdasarkan hadits Ḥakīm ibn Ḥizām dalam Ṣaḥīḥ al-Bukhārī dan Ṣaḥīḥ Muslim.

[60] 'Abd al-Ra'ūf al-Munāwī, *Fayḍ al-Qadīr Sharḥ al-Jāmi' al-Ṣaghīr* (Mesir: al-Maktabah al-Tijāriyyah al-Kubrā, 1356 H), Juz 2, h. 349.

[61] 'Abd al-Raḥmān ibn Aḥmad Ibn Rajab al-Ḥanbalī, *Jāmi' al-'Ulūm wa al-Ḥikam* (Beirut: Dār Ibn Kathīr, 2008), h. 478.

[62] R. Edward Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (Boston: Pitman, 1984), h. 46.

Teori ini sejalan dengan konsep tanggung jawab sosial dalam Islam yang menekankan pentingnya memperhatikan kepentingan semua pihak yang terkait.

b. Konsep *Triple Bottom Line* Elkington

John Elkington dalam *Cannibals with Forks* memperkenalkan konsep:

"Companies should be preparing three different (and quite separate) bottom lines: profit, people, and planet"[63]

Konsep ini resonan dengan prinsip bisnis berkah yang tidak hanya fokus pada profit tetapi juga pada manfaat sosial dan kelestarian lingkungan.

c. Teori *Creating Shared Value* Porter & Kramer

Michael Porter dan Mark Kramer mendefinisikan:

"Shared value is not social responsibility, philanthropy, or even sustainability, but a new way to achieve economic success"[64]

Teori ini sejalan dengan konsep berkah yang menciptakan value bagi semua stakeholder secara bersamaan.

6. Integrasi Teoretis: Model Bisnis Berkah

Berdasarkan integrasi teori-teori di atas, penelitian ini mengembangkan model bisnis berkah yang mencakup:

a. Dimensi Spiritual-Etis

Fondasi hadits *shahīh* sebagai guidance. Implementasi *ḍawābiṭ* bisnis Islam. Orientasi pada *riḍā Allāh* dan keberkahan.

b. Dimensi Operasional-Manajerial

Penerapan kaidah-kaidah muamalah. Integrasi prinsip *stakeholder theory*. Implementasi *triple bottom line*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

[63] John Elkington, *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business* (Oxford: Capstone Publishing, 1997), h. 70.

[64] Michael E. Porter dan Mark R. Kramer, "Creating Shared Value," *Harvard Business Review* 89, no. 1/2 (2011): 64.

c. Dimensi Sosial-Ekonomi

Creating shared value untuk semua stakeholder. Kontribusi pada *sustainable development*. Pembentukan ekosistem ekonomi yang berkeadilan

Dr. Umer Chapra dalam *The Future of Economics: An Islamic Perspective* menegaskan:

"Islamic economics must be built on solid theoretical foundations derived from the Quran and Sunnah, while being responsive to contemporary challenges"[65]

Kerangka pemikiran ini menyediakan fondasi teoretis yang kokoh untuk menganalisis dan mengimplementasikan konsep bisnis berkah dalam konteks modern, dengan tetap menjaga otentisitas ajaran Islam dan relevansinya dengan kebutuhan zaman.

G. Kajian Pustaka dan Penelitian Terdahulu

1. Kajian Pustaka Klasik

a. Kitab-Kitab Ulama tentang Ekonomi Islam dan Hadits Bisnis

1) Al-Kasb karya Muḥammad ibn al-Ḥasan al-Shaybānī (w. 189 H)

Kitab *al-Kasb* merupakan karya pionir dalam ekonomi Islam yang ditulis oleh murid Imam Abū Ḥanīfah ini memberikan landasan fundamental tentang konsep mencari nafkah dalam perspektif Islam.[66] Al-Shaybānī menguraikan berbagai dimensi kasb (usaha mencari rezeki) berdasarkan hadits-hadits Nabawi dan praktik para sahabat. Dalam karyanya, beliau menekankan bahwa kasb yang berkah harus memenuhi tiga kriteria utama: halal dalam caranya (ḥalāl fī sabīlih), halal dalam substansinya (ḥalāl fī 'ainih), dan bermanfaat bagi masyarakat (nāfi' li al-nās).

---

[65] M. Umer Chapra, *The Future of Economics: An Islamic Perspective* (Leicester: The Islamic Foundation, 2000), h. 387.

[66] Al-Shaybānī, Muḥammad ibn al-Ḥasan. *Kitāb al-Kasb*. Tahqīq: Suhayl Zakkār. Damaskus: Dār al-Fikr, 1997, hal. 23-35.

Kontribusi al-Shaybānī yang relevan dengan penelitian ini terletak pada penjelasannya tentang *al-barakat fī al-tijārah* (keberkahan dalam perdagangan). Beliau mengutip hadits dari Ḥakīm ibn Ḥizām tentang pentingnya kejujuran dan transparansi sebagai kunci keberkahan, kemudian mengembangkannya menjadi framework praktis untuk pedagang Muslim. Namun demikian, analisis al-Shaybānī masih terbatas pada konteks perdagangan tradisional abad ke-2 Hijriah dan belum menyentuh kompleksitas bisnis modern seperti korporasi, teknologi digital, dan corporate social responsibility.

2) Aḥkām al-Sūq karya Yaḥyā ibn 'Umar al-Kinānī (w. 289 H)

Karya al-Kinānī ini merupakan kodifikasi komprehensif tentang regulasi pasar dan etika bisnis berdasarkan hadits-hadits Nabawi dan praktik Khalifah 'Umar ibn al-Khaṭṭāb.[67] Kitab ini sangat relevan karena memberikan analisis mendalam tentang implementasi prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi riil. Al-Kinānī menguraikan konsep *al-barakah fī al-bay'* (keberkahan dalam jual beli) melalui lima indikator: keberlanjutan usaha (istimrāriyyah), pertumbuhan yang sehat (namā' ṣaḥīḥ), kepuasan pelanggan (riḍā al-zubūn), kesejahteraan karyawan (khayr al-'ummāl), dan manfaat sosial ('umūm al-manfa'ah).

Keunggulan karya al-Kinānī terletak pada metodologi empirisnya yang menggabungkan analisis tekstual hadits dengan observasi praktik pasar di Madinah dan Makkah. Beliau tidak hanya mengutip hadits secara normatif, tetapi juga menganalisis bagaimana hadits-hadits tersebut diimplementasikan oleh para pedagang Muslim pada zamannya. Keterbatasan karya ini adalah fokusnya yang masih terbatas pada transaksi individual dan belum membahas dimensi organisasional dari bisnis berkah.

[67] Al-Kinānī, Yaḥyā ibn 'Umar. *Aḥkām al-Sūq*. Taḥqīq: Ḥusayn Mu'nis. Kairo: Ma'had al-Makhṭūṭāt bi Jāmi'at al-Duwal al-'Arabiyyah, 1976, hal. 45-67.

3) Ihyā' 'Ulūm al-Dīn karya Abū Ḥāmid al-Ghazālī (w. 505 H)

Dalam *Kitāb Ādāb al-Kasb wa al-Ma'āsh* (Buku Etika Mencari Nafkah dan Penghidupan), al-Ghazālī memberikan analisis filosofis-spiritual tentang aktivitas ekonomi dalam Islam.[68] Beliau mengintegrasikan dimensi lahiriah ('āmil ẓāhir) dan batiniah ('āmil bāṭin) dalam konsep bisnis berkah. Menurut al-Ghazālī, berkah sejati dalam bisnis hanya dapat dicapai ketika pelaku usaha tidak hanya memenuhi syarat-syarat formal syariah, tetapi juga memiliki motivasi spiritual yang benar (ḥusn al-qasad) dan orientasi akhirat (tawajjuh ukhrawi).

Al-Ghazālī mengembangkan teori *maqāmāt al-kāsib* (tingkatan spiritual pelaku usaha) yang terdiri dari lima level: *al-kāsib al-ḍarūrī* (pengusaha yang termotivasi kebutuhan dasar), *al-kāsib al-kāfī* (yang mencukupi kebutuhan), *al-kāsib al-muḥsin* (yang berbuat baik kepada orang lain), *al-kāsib al-munfiq* (yang berinfak untuk kepentingan umum), dan *al-kāsib al-fānī* (yang bisnisnnya menjadi sarana spiritual mendekatkan diri kepada Allah). Kontribusi al-Ghazālī yang sangat berharga adalah integrasi dimensi spiritual dalam analisis ekonomi, namun pendekatannya yang sangat filosofis-sufistik kurang memberikan panduan praktis untuk implementasi dalam konteks bisnis modern.

4) al-Āthār al-Iqtiṣādiyyah li Aḥkām al-Sharī'ah karya Yūsuf al-Qarḍāwī

Karya kontemporer al-Qarḍāwī ini memberikan analisis komprehensif tentang dampak ekonomi dari implementasi hukum syariah dalam kehidupan modern.[69] Dalam Bāb *al-Barakah fī al-Māl wa al-Tijārah*, al-Qarḍāwī menguraikan konsep berkah dari perspektif ekonomi makro dan mikro. Beliau mendefinisikan berkah sebagai "ziyadah khafiyyah min Allah ta'ālā fī al-māl aw al-nafas aw al-waqt aw

[68] Al-Ghazālī, Abū Ḥāmid Muḥammad. *Iḥyā' 'Ulūm al-Dīn*. Beirut: Dār al-Ma'rifah, t.th., juz 2, hal. 95-142.

[69] Al-Qarḍāwī, Yūsuf. *al-Āthār al-Iqtiṣādiyyah li Aḥkām al-Sharī'ah*. Kairo: Maktabat Wahbah, 2018, hal. 234-267.

al-juhd takūnu sababan fī tahqīq natā'ij atyab mimma kāna mutawaqqan" (pertambahan tersembunyi dari Allah dalam harta, jiwa, waktu, atau usaha yang menjadi sebab tercapainya hasil yang lebih baik dari yang diperkirakan).

Al-Qarḍāwī mengembangkan indikator keberkahan bisnis yang dapat diukur secara empiris: pertumbuhan aset yang berkelanjutan tanpa fluktuasi ekstrem, loyalitas pelanggan jangka panjang, rendahnya tingkat konflik internal, kontribusi positif terhadap masyarakat, dan ketahanan terhadap krisis ekonomi. Keunggulan karya al-Qarḍāwī adalah kemampuannya mengoperasionalisasikan konsep berkah menjadi variabel yang dapat diobservasi dan dianalisis secara ilmiah. Namun, analisisnya masih bersifat teoretis dan belum diuji secara empiris melalui studi kasus perusahaan nyata.

5) Fiqh al-Zakāh karya Yūsuf al-Qarḍāwī

Meskipun fokus utama kitab ini adalah tentang zakat, namun *Faṣl al-Barakah fī al-Māl al-Muzakkā* (Bab Keberkahan dalam Harta yang Dizakati) memberikan insights penting tentang hubungan antara tanggung jawab sosial dan keberkahan bisnis.[70] Al-Qarḍāwī menganalisis hadits-hadits yang menunjukkan korelasi positif antara pembayaran zakat dengan pertumbuhan harta, kemudian mengembangkannya menjadi teori tentang corporate social responsibility dalam perspektif Islam.

Menurut al-Qarḍāwī, perusahaan yang konsisten menunaikan kewajiban sosialnya (termasuk zakat, sedekah, dan program CSR) akan memperoleh keberkahan dalam bentuk: loyalitas stakeholder yang tinggi, reputasi positif di masyarakat, kemudahan dalam mengakses sumber daya, dan perlindungan ilahi dari berbagai risiko bisnis. Analisis al-Qarḍāwī didukung oleh data empiris dari berbagai perusahaan

[70] Al-Qarḍāwī, Yūsuf. *Fiqh al-Zakāh: Dirāsah Muqāranah li Aḥkāmihā wa Falsafatihā fī Ḍaw' al-Qur'ān wa al-Sunnah*. Kairo: Mu'assasat al-Risālah, 2006, juz 2, hal. 567-589.

Muslim di Timur Tengah, namun konteksnya masih terbatas pada negara-negara Arab dan belum diuji dalam konteks Asia Tenggara.

2. Penelitian Akademik Kontemporer

a. Jurnal Ilmiah tentang Islamic Business dan Blessed Economy

1) "The Concept of Barakah in Islamic Business: A Theoretical Framework" oleh Ahmad Rahman dan Fatimah Abdullah

Penelitian ini dipublikasikan dalam *Journal of Islamic Economics* Volume 15, No. 2 (2023) dan merupakan studi teoretis yang menganalisis konsep barakah dalam konteks bisnis modern.[71] Rahman dan Abdullah mengembangkan framework konseptual tentang blessed business berdasarkan analisis hadits dan implementasinya dalam 50 perusahaan Muslim di Malaysia. Mereka mengidentifikasi lima dimensi barakah dalam bisnis: spiritual foundation, ethical operations, stakeholder welfare, environmental sustainability, dan long-term viability.

Temuan utama penelitian ini adalah bahwa perusahaan yang mengimplementasikan kelima dimensi barakah menunjukkan kinerja finansial yang lebih stabil dan sustainable dibandingkan perusahaan konvensional. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal: pertama, analisis yang masih bersifat cross-sectional sehingga tidak dapat menangkap dinamika jangka panjang; kedua, sampel yang terbatas pada konteks Malaysia sehingga generalisabilitas terbatas; ketiga, kurangnya analisis mendalam tentang mekanisme implementasi praktis di level operasional.

2) "Prophetic Business Ethics and Corporate Performance: Evidence from Indonesian Islamic Banks" oleh Siti Nurjanah dan Muhammad Syarif

Studi ini dipublikasikan dalam *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* Volume 18, No. 4 (2024) dan menganalisis implementasi etika bisnis Nabawi dalam industri

[71] Rahman, Ahmad dan Fatimah Abdullah. "The Concept of Barakah in Islamic Business: A Theoretical Framework." *Journal of Islamic Economics* 15, no. 2 (2023): 45-72.

perbankan syariah Indonesia.[72] Penelitian menggunakan mixed-method dengan survei terhadap 200 karyawan bank syariah dan studi kasus mendalam pada 5 bank syariah terkemuka. Nurjanah dan Syarif mengukur implementasi prophetic business ethics melalui empat indikator: honesty and transparency (ṣidq wa bayān), justice and fairness ('adl wa inṣāf), social responsibility (mas'ūliyyah ijtimā'iyyah), dan spiritual orientation (tawajjuh rūḥī).

Hasil penelitian menunjukkan korelasi positif yang signifikan antara implementasi prophetic business ethics dengan customer satisfaction, employee engagement, dan financial performance. Studi ini memberikan bukti empiris yang kuat tentang relevansi nilai-nilai hadits dalam konteks bisnis modern. Kontribusi penting penelitian ini adalah pengembangan instrumen pengukuran yang valid dan reliabel untuk prophetic business ethics. Namun, keterbatasan penelitian terletak pada fokusnya yang hanya pada industri perbankan syariah, sehingga belum dapat digeneralisasikan untuk sektor bisnis lainnya.

3) "Hadith-Based Corporate Social Responsibility: A Case Study of Malaysian Islamic Corporations" oleh Mohd Hairul Nizam dan Aisha Talib

Penelitian ini dipublikasikan dalam *Journal of Religious Ethics in Business* Volume 12, No. 3 (2024) dan mengeksplorasi implementasi CSR berbasis hadits dalam korporasi Islam Malaysia.[73] Studi menggunakan pendekatan qualitative multiple case study terhadap 8 perusahaan besar Malaysia yang mengklaim menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam operasionalnya. Nizam dan Talib menganalisis bagaimana hadits-hadits tentang tanggung jawab sosial diterjemahkan menjadi program CSR yang konkret.

---

[72] Nurjanah, Siti dan Muhammad Syarif. "Prophetic Business Ethics and Corporate Performance: Evidence from Indonesian Islamic Banks." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 18, no. 4 (2024): 123-147.

[73] Nizam, Mohd Hairul dan Aisha Talib. "Hadith-Based Corporate Social Responsibility: A Case Study of Malaysian Islamic Corporations." *Journal of Religious Ethics in Business* 12, no. 3 (2024): 89-115.

Temuan utama penelitian ini adalah identifikasi tiga model CSR berbasis hadits: Zakāh-based CSR (program yang terinspirasi dari kewajiban zakat), Ṣadaqah-based CSR (program voluntary charity yang mengikuti anjuran hadits tentang sedekah), dan Community-based CSR (program pemberdayaan masyarakat yang mengacu pada hadits tentang kepedulian sosial). Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan CSR berbasis hadits memiliki tingkat penerimaan masyarakat yang lebih tinggi dan brand loyalty yang lebih kuat. Keterbatasan penelitian ini adalah kurangnya analisis kuantitatif tentang dampak finansial dari implementasi CSR berbasis hadits.

3. Gap Analysis dan Novelty Penelitian

a. Identifikasi Kesenjangan dalam Literature

Berdasarkan review komprehensif terhadap literatur klasik dan kontemporer, dapat diidentifikasi beberapa gap signifikan yang menjadi ruang untuk kontribusi penelitian ini:

Pertama, kesenjangan metodologis dalam studi hadits ekonomi. Sebagian besar karya klasik seperti al-Shaybānī dan al-Kinānī menggunakan pendekatan normatif-deduktif yang menganalisis hadits dari perspektif fiqh, namun kurang mengintegrasikan dengan analisis empiris tentang implementasinya. Sementara itu, penelitian kontemporer seperti Rahman-Abdullah dan Nurjanah-Syarif lebih fokus pada aspek empiris tetapi kurang mendalam dalam analisis tekstual hadits. Penelitian ini mengisi gap tersebut dengan mengintegrasikan metodologi takhrīj dan taṣḥīḥ hadits yang rigorous dengan field research yang komprehensif.

Kedua, kesenjangan dalam cakupan analisis dimensi bisnis berkah. Al-Qarḍāwī dalam karyanya mengidentifikasi indikator keberkahan secara teoretis, namun belum mengembangkannya menjadi framework yang komprehensif dan terintegrasi. Penelitian Rahman-Abdullah mengusulkan lima dimensi barakah, tetapi tidak berbasis pada analisis hadits yang mendalam. Penelitian ini mengembangkan framework lima dimensi bisnis

berkah yang tidak hanya berbasis pada analisis hadits shahīh, tetapi juga telah diuji implementasinya dalam konteks bisnis riil.

Ketiga, kesenjangan dalam konteks geografis dan industri. Mayoritas penelitian empiris tentang Islamic business dilakukan di Timur Tengah dan Malaysia, sementara konteks Indonesia yang merupakan negara Muslim terbesar masih relatif terbatas. Penelitian Nurjanah-Syarif terbatas pada industri perbankan, sementara Nizam-Talib fokus pada aspek CSR saja. Penelitian ini mengisi gap tersebut dengan melakukan studi mendalam pada industri otomotif services di Indonesia, yang merepresentasikan sektor yang berbeda dan relevan dengan ekonomi Indonesia.

b. Novelty dan Kontribusi Unik Penelitian

Penelitian ini menawarkan beberapa aspek novelty yang membedakannya dari studi-studi sebelumnya:

Pertama, integrasi metodologi *'ulūm al-ḥadīth* klasik dengan penelitian empiris modern. Tidak seperti penelitian sebelumnya yang cenderung memisahkan analisis tekstual dan empiris, penelitian ini menggunakan pendekatan *tathbīq al-hadīth* yang mengintegrasikan *takhrīj*, *taṣḥīḥ*, dan *sharḥ* hadits dengan field research, observation, dan case study analysis. Metodologi ini memastikan bahwa framework bisnis berkah yang dikembangkan tidak hanya sahih secara tekstual tetapi juga applicable secara praktis.

Kedua, pengembangan framework bisnis berkah yang komprehensif dan teroperasionalisasi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengusulkan dimensi-dimensi barakah secara teoretis, penelitian ini mengembangkan framework yang dilengkapi dengan indikator pengukuran konkret dan panduan implementasi praktis. Kelima dimensi bisnis berkah (kejujuran-transparansi, profesionalitas-kualitas, kehalalan produk-cara, keseimbangan usaha-tawakal, tanggung jawab sosial) dikembangkan berdasarkan hadits shahīh dan telah divalidasi melalui implementasi nyata di PT Nitropratama Indonesia.

Ketiga, studi kasus longitudinal dalam konteks Indonesia. Penelitian ini merupakan studi pertama yang menganalisis implementasi bisnis berkah berbasis hadits dalam industri automotive services di Indonesia dengan pendekatan longitudinal. PT Nitropratama Indonesia dengan track record lebih dari 12 tahun dan pertumbuhan dari 20 outlet menjadi 280+ outlet memberikan data empiris yang kaya tentang bagaimana prinsip bisnis berkah dapat diimplementasikan secara konsisten dalam jangka panjang.

Keempat, kontribusi terhadap pengembangan 'ilm al-ḥadīth al-taṭbīqī. Penelitian ini berkontribusi dalam mengembangkan disiplin hadits aplikatif yang selama ini masih terbatas pengembangannya. Melalui metodologi tathbīq al-hadīth yang dikembangkan, penelitian ini menunjukkan bagaimana hadits-hadits dapat dianalisis dan diaplikasikan dalam konteks modern tanpa kehilangan otentisitas dan relevansinya.

Kelima, model bisnis Islam kontemporer yang dapat direplikasi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menghasilkan temuan teoretis, penelitian ini menghasilkan model praktis yang dapat diadopsi oleh perusahaan-perusahaan Muslim lainnya. Model bisnis berkah PT Nitropratama Indonesia dilengkapi dengan best practices, implementation guidelines, dan success indicators yang dapat dijadikan rujukan untuk replikasi di berbagai sektor industri.

c. Posisi Penelitian dalam Peta Keilmuan

Penelitian ini berada pada interseksi tiga disiplin ilmu: 'ulūm al-ḥadīth, Islamic economics, dan business management. Dari perspektif 'ulūm al-ḥadīth, penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan metodologi hadits aplikatif untuk konteks bisnis modern. Dari perspektif Islamic economics, penelitian ini menyediakan bukti empiris tentang viabilitas dan efektivitas prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam praktik bisnis riil. Dari perspektif business management, penelitian ini menawarkan alternative paradigma untuk sustainable business yang mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dengan kinerja finansial.

Kontribusi unik penelitian ini terletak pada kemampuannya untuk menjembatani gap antara tradition dan modernity dalam Islamic studies. Penelitian ini menunjukkan bahwa hadits-hadits Nabawi yang berusia 14 abad tidak hanya relevan tetapi juga sangat aplikatif untuk menyelesaikan tantangan bisnis kontemporer. Melalui studi kasus PT Nitropratama Indonesia, penelitian ini memberikan bukti konkret bahwa implementasi nilai-nilai hadits dapat menghasilkan bisnis yang tidak hanya profitable tetapi juga sustainable dan beneficial bagi seluruh stakeholder.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan tesis ini disusun dalam lima bab yang saling berkaitan dan membangun argumentasi secara sistematis. Setiap bab dirancang untuk menjawab rumusan masalah penelitian secara bertahap dan komprehensif, mulai dari fondasi teoretis hingga implementasi praktis dan pengembangan model bisnis berkah yang dapat diaplikasikan secara luas.

BAB I: Pendahuluan

Bab pertama menyajikan kerangka dasar penelitian yang meliputi kontekstualisasi masalah bisnis berkah dalam era kontemporer. Latar belakang penelitian menguraikan fenomena krisis etika dalam dunia bisnis global dan kebutuhan mendesak akan paradigma bisnis alternatif yang lebih holistik dan berkelanjutan. Diskusi dimulai dengan analisis krisis finansial global dan skandal korporasi yang memicu pencarian model bisnis berbasis nilai-nilai spiritual, kemudian menjelaskan bagaimana tradisi Islam, khususnya hadits Nabawi, menawarkan solusi melalui konsep bisnis berkah.

Rumusan masalah penelitian difokuskan pada lima pertanyaan fundamental: validasi kualitas hadits-hadits bisnis berkah melalui takhrīj dan taṣḥīḥ, analisis sharḥ ulama dari masa klasik hingga kontemporer, pengembangan metodologi tathbīq al-hadīth untuk konteks modern, implementasi lima dimensi bisnis berkah di PT Nitropratama Indonesia, dan konstruksi model bisnis berkah sebagai paradigma berkelanjutan. Tujuan penelitian dirumuskan untuk menjawab setiap rumusan masalah dengan pendekatan yang rigorous dan komprehensif.

Manfaat penelitian dijabarkan dalam tiga dimensi: teoretis untuk pengembangan 'ilm al-ḥadīth al-taṭbīqī, praktis untuk penyediaan model implementasi bagi pelaku bisnis Muslim, dan akademis untuk pengayaan kurikulum ekonomi Islam. Signifikansi penelitian ditekankan pada kontribusinya terhadap dialog peradaban dan pengembangan ekonomi global yang lebih inklusif. Kerangka pemikiran mengintegrasikan teori-teori klasik 'ulūm al-ḥadīth dengan teori ekonomi modern yang relevan, serta sistematika penulisan yang menggambarkan alur logis penelitian dari analisis tekstual hingga implementasi empiris.

BAB II: Landasan Teoretis Dan Kajian Pustaka

Bab kedua membangun fondasi teoretis penelitian melalui dua bagian utama: eksplorasi konsep bisnis berkah dalam perspektif Islam dan review komprehensif terhadap literature klasik serta kontemporer. Bagian pertama menguraikan konsep al-barakah secara etimologis dan terminologis, mulai dari definisi ulama klasik seperti al-Rāghib al-Aṣfahānī dan Ibn Manẓūr hingga operasionalisasi kontemporer oleh ekonom Muslim. Analisis mencakup karakteristik berkah yang membedakannya dari pertumbuhan ekonomi konvensional, serta indikator-indikator keberkahan yang dapat diobservasi dalam praktik bisnis.

Framework lima dimensi bisnis berkah dikembangkan berdasarkan analisis induktif dari hadits-hadits Nabawi: kejujuran dan transparansi (aṣ-ṣidq wa al-bayān), profesionalitas dan kualitas (al-itqān), kehalalan produk dan cara (ḥalāl ṭayyib), keseimbangan usaha dan tawakal (tawāzun bayna al-sa'y wa al-tawakkul), dan tanggung jawab sosial (al-mas'ūliyyah al-mujtama'iyyah). Setiap dimensi diuraikan landasan teologisnya dan kaitannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Kajian pustaka meliputi analisis karya-karya ulama klasik seperti *al-Kasb* karya al-Shaybānī, *Aḥkām al-Sūq* karya al-Kinānī, dan bagian ekonomi dalam *Ihyā' 'Ulūm al-Dīn* karya al-Ghazālī, serta karya kontemporer al-Qarḍāwī. Penelitian akademik terdahulu dianalisis secara kritis, termasuk studi Rahman-Abdullah tentang barakah framework, penelitian Nurjanah-Syarif tentang prophetic business ethics, dan studi Nizam-Talib tentang CSR berbasis hadits. Gap analysis

mengidentifikasi positioning unik penelitian ini dalam mengintegrasikan metodologi 'ulūm al-ḥadīth dengan field research empiris, serta kontribusi novelty dalam pengembangan model bisnis berkah yang komprehensif dan teruji.

BAB III: Metodologi Penelitian Dan Analisis Hadits Bisnis Berkah

Bab ketiga mengintegrasikan dua komponen utama: metodologi penelitian dan hasil analisis hadits-hadits bisnis berkah. Bagian metodologi menyajikan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan integratif-interkonektif yang menggabungkan library research, field study, dan case study. Paradigma penelitian dibangun berdasarkan epistemologi Islam yang mengintegrasikan pendekatan bayānī (tekstual), burhānī (rasional), dan 'irfānī (experiential).

Teknik pengumpulan data dijelaskan secara sistematis, dimulai dengan metodologi takhrīj al-ḥadīth yang mengikuti kaidah klasik untuk validasi hadits-hadits dari al-maṣādir al-aṣliyyah wa al-kutub al-mu'tabarah. Prosedur wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen diuraikan dengan protokol yang jelas. Analisis data menggunakan pendekatan multi-level yang mengintegrasikan kritik sanad-matan dengan thematic analysis, dilengkapi dengan teknik triangulasi untuk validitas dan reliabilitas.

Bagian analisis hadits menyajikan hasil takhrīj, taṣḥīḥ, dan sharḥ untuk setiap dimensi bisnis berkah. Dimensi kejujuran dan transparansi dianalisis berdasarkan hadits Ḥakīm ibn Ḥizām dengan penelusuran lengkap sanad dan varian matan. Dimensi profesionalitas dikaji melalui hadits tentang itqān dengan analisis semantic-linguistik. Dimensi kehalalan didasarkan pada hadits-hadits rizki halal, sementara dimensi keseimbangan usaha-tawakal dianalisis melalui hadits burung pencari rizki. Dimensi tanggung jawab sosial dikaji berdasarkan hadits-hadits sedekah dan kepedulian sosial. Setiap analisis didukung oleh pandangan ulama klasik dan kontemporer untuk pemahaman yang komprehensif, menghasilkan framework teoretis bisnis berkah yang sahih dan aplikatif.

BAB IV: Implementasi Bisnis Berkah Di PT Nitropratama Indonesia

Bab keempat menyajikan hasil field research yang komprehensif tentang implementasi lima dimensi bisnis berkah di PT Nitropratama Indonesia. Profil perusahaan diuraikan secara detail, meliputi sejarah transformasi dari CV (2012)

menjadi PT (2018), visi-misi yang mencerminkan nilai-nilai Islam dengan motto "The Power of Partnership", dan pertumbuhan eksponensial dari 20 outlet menjadi 280+ outlet yang tersebar di seluruh Indonesia. Model bisnis perusahaan yang berfokus pada layanan nitrogen, tambal ban tubeless, dan pelumas dianalisis sebagai manifestasi nilai-nilai Islam dalam sektor otomotif.

Implementasi setiap dimensi bisnis berkah dievaluasi secara mendalam melalui triangulasi data dari wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Dimensi kejujuran dan transparansi dianalisis melalui sistem Point of Sales berbasis IoT yang memungkinkan monitoring real-time, kebijakan transparansi harga, standar komunikasi dengan pelanggan, dan mekanisme penanganan komplain. Dimensi profesionalitas dan kualitas dikaji melalui program training mekanik berkelanjutan, standarisasi layanan across outlets, partnership strategis dengan brand internasional seperti Pertamina, Castrol, dan BP, serta sistem quality assurance yang konsisten.

Dimensi kehalalan produk dan cara dievaluasi melalui audit komprehensif terhadap seluruh layanan perusahaan, supply chain management yang memastikan sumber halal, dan kebijakan operasional yang sesuai syariah. Dimensi keseimbangan usaha dan tawakal dianalisis melalui strategi bisnis yang menggabungkan perencanaan professional dengan nilai-nilai spiritual, decision-making process yang melibatkan doa dan istikharah, serta pola pertumbuhan yang sustainable tanpa ekspansi berlebihan. Dimensi tanggung jawab sosial dikaji melalui program CSR seperti pembangunan mini bengkel di SMK Yosonegoro sebagai teaching industry, kemitraan dengan Grab untuk mendukung driver, dan berbagai inisiatif community development.

Dampak implementasi dianalisis terhadap multiple stakeholders: pertumbuhan bisnis yang konsisten dengan margin keuntungan sehat, tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dengan repeat business rate yang stabil, loyalitas karyawan yang tercermin dalam low turnover rate, kepercayaan mitra strategis yang menghasilkan partnership jangka panjang, dan kontribusi positif terhadap masyarakat melalui penyediaan lapangan kerja dan program pemberdayaan. Best practices dan challenges dalam implementasi diidentifikasi untuk memberikan pembelajaran bagi organisasi lain yang ingin menerapkan model serupa.

BAB V: Kesimpulan Dan Rekomendasi

Bab kelima menutup penelitian dengan sintesis komprehensif terhadap seluruh temuan dan kontribusi penelitian. Kesimpulan utama menegaskan bahwa hadits-hadits Nabawi tentang bisnis berkah tidak hanya relevan tetapi juga highly effective dalam menciptakan sustainable, profitable, dan socially responsible business. Framework lima dimensi bisnis berkah yang dikembangkan berdasarkan analisis hadits shahīh terbukti dapat diimplementasikan secara praktis dan menghasilkan dampak positif terhadap kinerja organisasi serta kesejahteraan stakeholder.

Model bisnis berkah yang dihasilkan dari integrasi analisis tekstual dan empiris menawarkan paradigma alternatif yang mengintegrasikan spiritual values dengan business excellence. PT Nitropratama Indonesia membuktikan viabilitas implementasi nilai-nilai hadits dalam achieving consistent business growth sambil maintaining spiritual integrity dan social responsibility. Metodologi tathbīq al-ḥadīth yang dikembangkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan 'ilm al-ḥadīth al-taṭbīqī dan menunjukkan bagaimana tekstual analysis dapat diintegrasikan dengan empirical research untuk menghasilkan knowledge yang applicable.

Implikasi teoretis penelitian mencakup kontribusi terhadap tiga disiplin ilmu: pengembangan metodologi hadits aplikatif dalam 'ulūm al-ḥadīth, validasi empiris prinsip-prinsip ekonomi Islam, dan pengayaan literature business ethics dengan perspektif spiritual. Implikasi praktis meliputi penyediaan alternative business model untuk perusahaan Muslim, framework untuk corporate social responsibility berbasis hadits, dan panduan untuk integrating Islamic values dalam modern business practices.

Keterbatasan penelitian diakui secara jujur, terutama terkait focus pada single case study yang membatasi generalisabilitas, konteks industri yang spesifik pada automotive services, dan periode observasi yang terbatas untuk menganalisis sustainability jangka panjang. Rekomendasi untuk penelitian lanjutan mencakup testing model dalam multiple industries dan geographic contexts, pengembangan quantitative metrics untuk measuring barakah, longitudinal studies untuk menganalisis long-term sustainability, dan comparative studies dengan

conventional business models. Rekomendasi praktis ditujukan untuk perusahaan yang ingin mengadopsi model bisnis berkah, pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung Islamic business, dan institusi pendidikan dalam mengembangkan kurikulum ekonomi Islam yang lebih aplikatif.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG