

## ABSTRAK

Bikhar Anugerah, NIM 1930410008, “*Prophetic Entrepreneurship: Studi Ma’ani Hadis tentang Etika Bisnis Ala Rasulullah Saw*”.

Pada dasarnya Islam menghalalkan segala aspek jual-beli (*mu’amalah*) dengan tujuan agar manusia dapat menjalin kerjasama, baik berupa tolong-menolong ataupun hal-hal lain yang bersifat positif. Salah satu bentuk kerjasama tersebut adalah berbisnis. Bisnis merupakan salah satu aktivitas yang paling banyak diminati oleh beberapa kalangan, baik orangtua sampai remaja. Selain menguntungkan, berbisnis di era sekarang kian mudah dengan adanya bantuan sistem pemasaran internet seperti *shoppe, Lazada, Tik-tok Shop, TokoPedia* dan lain sebagainya. Namun kemudahan tersebut justru malah disalahgunakan oleh beberapa oknum yang tidak bertanggung jawab dengan melakukan malpraktek seperti penipuan online yang berakibat menurunnya kepuasan pelanggan. Tindakan asusila ini sebenarnya tidak sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad Saw., di mana beliau telah memberikan uswah hasanah secara langsung dengan menjadi pebisnis di masa mudanya. Perilaku bisnis Nabi Saw. tersebut terekam dalam catatan hadis-hadis Nabi, serta sirah dan tarikh yang mengilustrasikan kegiatan bisnis tersebut. Untuk itu penelitian ini menggali prinsip-prinsip etika bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah Saw (*prophetic entrepreneurship*) dari riwayat-riwayat tentang bisnis Nabi. Rumusan masalah yang diajukan adalah: (1) Bagaimana kualitas hadis *Prophetic Entrepreneurship* tentang etika bisnis ala Rasulullah Saw., (2) Bagaimana pemahaman *Prophetic Entrepreneurship* tentang Etika Bisnis Ala Rasulullah Saw., (3) Bagaimana kontekstualisasi hadis *Prophetic Entrepreneurship* tentang etika bisnis ala Rasulullah SAW. dalam bisnis kontemporer.

Jenis metode penelitian ini adalah *Library Research* (Kajian Pustaka) dengan mengkaji referensi yang sifatnya primer berupa *kitab al-sittah*, juga sekunder yang berupa jurnal, buku, dan URL website keislaman lainnya yang relevan dengan objek kajian, terutama yang berkaitan dengan hadis tentang etika bisnis. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan kajian *ilmu ma’ani hadis* yang tertumpu pada analisis sanad dan matan hadis, kemudian menarik pemahaman darinya serta mengkontekstualisasikan pada konteks bisnis kekinian.

Temuan penelitian menunjukkan (1) Dalam melakukan bisnis atau perdagangan, seorang pebisnis harus mampu meneladani etika dan sifat yang telah diajarkan oleh Rasulullah sebelumnya (*siddiq, amanah, tabligh, fatonah*). (2) Berdasarkan Tinjauan daeri Ilmu Ma’ani Hadis terkait etika bisnis ala Rasulullah, Hadis yang menunjukkan terkait etika bisnis Rasulullah kualitasnya *shahih*. Jadi, barang siapa yang hendak menjalankan bisnis, atau kegiatan *mu’amalah* lainnya, wajib menerapkan etika tersebut. (3). Dalam bisnis di era sekarang, seorang pebisnis harus mampu menerapkan (*kontekstualisasikan*) etika bisnis Rasulullah (*Siddiq, Amanah, Tabligh, Fatonah*). Seperti menyesuaikan foto barang yang akan di jual pada pasar online (*siddiq*), berbicara apa adanya terkait adanya kecacatan maupun kualitas barang (*amanah*), mengirimkan barang yang sesuai dengan pesanan, mengirimkan barang tepat waktu, serta mengemas (*packing*) barang sesuai request pelanggan jika dilayanan marketplaceny terdapat varian pengemasan (*tabligh*), membaca peluang dan kebutuhan yang urgent pada saat itu (*fatonah*)

**Kata Kunci:** *Kontekstualisasi Etika Bisnis Rasulullah pada Era Sekarang Prophetic Entrepreneurship, Tinjauan Ma’ani Hadis Tentang Etika Bisnis Rasulullah*