

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Alquran al-Karīm adalah mukjizat Islam yang kekal dan mukjizatnya selalu diperkuat oleh kemajuan ilmu pengetahuan. Alquran diturunkan Allah kepada Rasulullah untuk mengeluarkan manusia dari suasana yang gelap menuju yang terang, serta membimbing mereka ke jalan yang lurus. Rasulullah menyampaikan Alquran itu kepada para sahabatnya – orang-orang Arab asli – sehingga mereka dapat memahaminya berdasarkan naluri mereka. Apabila mereka mengalami ketidakjelasan dalam memahami suatu ayat, mereka menanyakannya kepada Rasulullah.¹

Alquran al-Karīm adalah sumber *tasyri'* pertama bagi umat Muhammad dan kebahagiaan mereka bergantung pada pemahaman maknanya, pengetahuan rahasia-rahasianya dan pengalaman apa yang terkandung di dalamnya.² Alquran berfungsi sebagai petunjuk bagi manusia ke jalan yang diridhai Allah (*hudan li al-nās*) dan berfungsi pula sebagai pencari jalan keluar dari kegelapan menuju alam terang-benderang. Fungsi ideal Alquran itu dalam realitasnya tidak begitu saja dapat diterapkan, akan tetapi membutuhkan pemikiran dan analisis yang mendalam. Harus diakui ternyata tidak semua Alquran yang tertentu hukumnya sudah siap pakai.

¹Manna Khalil al-Qattan, *Studi Ilmu-Ilmu Alquran* (Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa, 2009), 1.

²*Ibid.*, 455.

Banyak ayat-ayat yang masih global dan *mushtarak* yang tentunya memerlukan pemikiran dan analisis khusus untuk menerapkannya.³

Banyaknya ayat-ayat yang global ini bukanlah melemahkan peran Alquran sebagai sumber utama hukum Islam, akan tetapi malah menjadikannya bersifat universal. Keadaan ini menempatkan hukum Islam sebagai aturan yang bersifat sempurna dalam artian dapat menempatkan diri dan mencakup segenap aspek kehidupan; bersifat seimbang dan serasi antara dimensi duniawi dan ukhrawi, antara individu dan masyarakat; dan juga bersifat dinamis yakni mampu berkembang dan dapat diaplikasikan di sepanjang zaman.⁴

Dalam upaya pemusatan pemikiran dan analisis dalam menetapkan sekaligus ketentuan hukum yang dikandung dalam Alquran itulah diperlukan penafsiran terhadap ayat-ayat Alquran.⁵

Pada hakikatnya, secara garis besar Alquran membahas 2 hal pokok, yaitu ibadah dan muamalah. Dalam hal ibadah yaitu menjelaskan hubungan manusia dengan Allah, sedangkan dalam hal muamalah menjelaskan hubungan manusia dengan manusia dalam kehidupan. Muamalah di sini menyangkut banyak hal dan banyak aspek yang berhubungan dengan aktivitas yang dilakukan manusia dengan manusia lainnya. Salah satu aktivitas manusia (muamalah) adalah aktivitas ekonomi. Ekonomi merupakan salah satu faktor kehidupan yang harus dipenuhi untuk

³M. Alfatih Suryadilaga dkk, *Metodologi Ilmu Tafsir* (Yogyakarta: Teras, 2010), 25 – 26.

⁴*Ibid.*

⁵*Ibid.*

mencapai suatu kehidupan yang sejahtera. Pesan utama Alquran dalam mu'amalah keuangan atau aktivitas ekonomi adalah:⁶

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْءَلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ.

Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.⁷

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satunya melalui bekerja, sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan, untuk “bekerja”. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rizki.⁸

Dalam Alquran Allah berfirman:

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَّكُمْ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْأَنْهَارَ. وَسَخَّرَ لَكُمُ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ دَائِبِينَ

⁶M. Quraish shihab, *Wawasan al-Qur'an* (Bandung: mizan, 1998), 409.

⁷Alquran, 2: 188.

⁸Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002), 17.

وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ . وَآتَاكُم مِّن كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ وَإِن تَعُدُّوا نِعْمَتَ اللَّهِ لَا تَحْصُوهَا إِنَّ
الْإِنْسَانَ لَظَلُومٌ كَفَّارٌ.

Allah-lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air (hujan) dari langit. Kemudian dengan (air hujan) itu Dia mengeluarkan berbagai buah-buahan sebagai rizki untukmu; dan Dia telah menundukkan kapal bagimu agar berlayar di lautan dengan kehendak-Nya, dan Dia telah menundukkan sungai-sungai bagimu. dan Dia telah menundukkan matahari dan bulan bagimu yang terus-menerus beredar (dalam orbitnya); dan telah menundukkan malam dan siang bagimu. Dan Dia telah memberikan kepadamu segala apa yang kamu mohonkan kepada-Nya. Dan jika kamu menghitung nikmat Allah, niscaya kamu tidak akan mampu menghitungnya. Sungguh, manusia itu sangat zalim dan sangat mengingkari (nikmat Allah).⁹

Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan. Pedoman tersebut adalah Alquran dan Sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran agama Islam, setidaknya dapat menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dalam waktu. Islam seringkali dijadikan sebagai model tatanan kehidupan. Hal ini tentunya dapat dipakai untuk pengembangan lebih lanjut atas suatu tatanan kehidupan tersebut, termasuk tatanan kehidupan bisnis.¹⁰

Alquran dalam mengajak manusia untuk mempercayai dan mengamalkan tuntutan-tuntutannya dalam segala aspek kehidupan seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual beli, untung rugi dan sebagainya.¹¹ Dalam konteks ini Alquran menjanjikan:

⁹Alquran, 14: 32 – 34.

¹⁰Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), 7.

¹¹*Ibid.*

إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنْفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ.

Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin harta dan jiwa mereka dan sebagai imbalannya mereka memperoleh surga. Siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) Allah maka bergembiralah dengan jual beli yang kamu lakukan itu. Itulah kemenangan yang besar.¹²

Dewasa ini, *entrepreneurship* memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian sebuah negara. Dalam model-model ekonomi modern, *entrepreneurship* dimasukkan sebagai salah satu variabel faktor produksi setingkat tanah, modal dan teknologi. Bahkan menurut pakar *entrepreneur* dari Amerika Serikat, David McClelland, suatu negara akan mencapai tingkat kemakmuran dan kesejahteraan apabila jumlah *entrepreneur* paling sedikit 2% dari total jumlah penduduknya. Pendapat David McClelland tersebut sama dengan pendapat Joseph. A. Schumpeter yang menganggap bahwa sumber kemakmuran terletak dalam jiwa *entrepreneurship* para pelaku ekonomi yang mengarsiteki pembangunan.¹³

Bisnis akan mendorong denyut nadi perekonomian sebuah negara. Bisnis memberikan sarana yang mampu meningkatkan standar-standar hidup. Inti dari setiap usaha bisnis adalah adanya pertukaran antara pembeli dan penjual. Pembeli mengakui adanya kebutuhan terhadap barang atau jasa dan menukarkan uang dengan penjual untuk mendapatkan produk tersebut. Penjual ikut berpartisipasi di dalam proses

¹²Alquran, 9: 111.

¹³Abdul Wahid al-Faizin dan Nashr Akbar, *Tafsir Ekonomi Kontemporer (Kajian Tafsir Alquran tentang Ekonomi Islam)* (Jakarta: Madani Publishing House, 2010), 257.

dengan harapan mendapatkan sasaran yang dibutuhkan untuk mempertahankan peningkatan standar hidup secara konstan.¹⁴

Bisnis (*business*) terdiri atas seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian. Beberapa bisnis memproduksi barang-barang berwujud, seperti mobil, sereal sarapan pagi dan cip komputer, sedangkan yang lain memberikan jasa, seperti asuransi, perawatan gigi, sewa mobil dan hiburan mulai dari taman ria Six Flags dan pertunjukkan konser-konser musik Broadway.¹⁵

Keterlibatan muslim dalam dunia bisnis bukan suatu fenomena baru, karena sejak empat belas abad yang lampau Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis. Bahkan Rasulullah SAW sendiri telah terlibat dalam kegiatan ini sejak usia yang relatif muda, antara lain ikut mengoperasikan bisnis istri pertamanya, Siti Khadijah.¹⁶

Namun demikian, kaum muslim dewasa ini masih menghadapi suatu masalah yang dilematis. Kendati mereka banyak berpartisipasi dalam dunia bisnis, namun dalam benak mereka terbesit ketidakpastian, apakah praktik-praktik bisnis mereka benar sejalan dengan pandangan Islam. Karena umat Islam tidak yakin, apakah

¹⁴Louis E. Boone dan David I. Kurtz, *Contemporary Business (Pengantar Bisnis Kontemporer)* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 6.

¹⁵*Ibid.*

¹⁶Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika dengan Realitas* (Malang: UIN-Malang Press, 2009), 69.

beberapa institusi dan praktik bisnis modern ini dalam segala tingkatannya sesuai dengan ajaran Alquran.¹⁷

Di samping itu, menjalankan suatu bisnis tidak menjamin suatu keberhasilan yang pasti. Seorang *entrepreneurship* akan berada pada dua kemungkinan, yaitu berhasil dan gagal. Kegagalan inilah merupakan risiko dalam berbisnis, maka sebelum berbisnis seorang *entrepreneurship* harus berani mengambil risiko dan kemungkinan yang akan terjadi dalam bisnisnya. Risiko adalah hal yang akan selalu mengelilingi manusia selagi ia masih hidup. Oleh karena itulah, menghindari risiko bukanlah sikap yang tepat. Sebaliknya risiko harus dihadapi dan dikelola dengan baik, karena dibalik risiko yang besar akan ada sebuah peluang dan keuntungan yang besar pula. Dalam istilah ilmu manajemen hal ini dikenal dengan istilah “High Risk High Return”.¹⁸

Pada dasarnya, setiap usaha harus direncanakan dengan baik dan dengan strategi yang baik pula untuk mencapai suatu kesuksesan. Salah satu langkah awal bagi seorang *entrepreneur* adalah memilih strategi yang baik untuk bisnis yang akan dijalankan, sebagai konsep awal yang nantinya diimplementasikan dalam pengelolaan bisnis tersebut. Strategi didefinisikan sebagai cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi merupakan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang

¹⁷*Ibid.*

¹⁸al-Faizin, *Tafsir Ekonomi...*, 257.

dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.¹⁹

Alquran sebagai pedoman bagi kehidupan umat Islam memuat segala hal dalam kehidupan manusia, termasuk strategi bisnis. Strategi bisnis dalam Alquran termuat dalam beberapa ayat dalam Alquran, namun, peneliti mengambil surat Al-Quraisy ini sebagai bahan penelitian karena surat Al-Quraisy ayat 1 – 4 ini mengandung strategi bisnis lebih jelas dan rinci yang termuat dalam kalimat-kalimatnya, contohnya penafsiran al-Maraghi pada kalimat *rihlah* (رحلة) yang berarti *irtihāl* (ارتحال) yang artinya bepergian. Di mana suku Quraisy yang tinggal di negara padang pasir sangat mengandalkan niaga sebagai mata pencaharian utamanya. Perniagaan yang mereka lakukan pun tidak hanya dalam lingkup domestik namun juga lintas negara seperti ke Syiria dan Yaman.²⁰

Pelajaran berharga dari lafaz *rihlah* (رحلة) di sini adalah keberanian untuk melakukan ekspansi bisnis ke luar negeri. Dengan demikian, pasar dari produk yang dihasilkan tidak terbatas hanya domestik namun sudah mendunia.²¹

Selain itu, ada kalimat *al-shitā'i wa al-ṣaif* (الشتاء والصيف) yang artinya musim dingin dan musim panas. Menurut Ibnu Kasir, pada musim dingin suku Quraisy melakukan perjalanan niaga ke Yaman sedangkan pada musim panas ke

¹⁹Yusanto, *Menggagas Bisnis...*, 16.

²⁰al-Maraghi, *Tafsīr al-Marāghī*, vol. 10 (Beirut; Dar al-Fikr, tt), 245.

²¹al-Faizin, *Tafsir Ekonomi...*, 269.

Syiria.²² Menurut al-Zuhaili, tujuan orang Quraisy melakukan perjalanan niaga ke Yaman pada musim dingin karena Yaman adalah daerah yang panas. Sedangkan perjalanan ke Syiria pada musim panas, karena Syiria adalah daerah yang dingin. Di Yaman mereka mendapatkan minyak wangi serta rempah-rempah yang datang dari India serta Teluk Persia. Sedangkan di Syiria mereka mendapatkan beberapa komoditas pertanian yang sangat dibutuhkan di negara mereka yang tandus.²³

Penafsiran lafaz *al-shitā'i wa al-ṣaif* di atas memberikan gambaran tentang keahlian suku Quraisy dalam melakukan segmentasi pasar (*market segmentation*). Mereka mengidentifikasi wilayah yang menjadi tujuan pasar mereka berdasarkan iklim *al-shitā'i wa al-ṣaif* (الشتاء) atau musim dingin dan musim panas. Dalam dunia *marketing* hal ini dikenal dengan istilah “Segmentasi Geografis”.²⁴

Secara garis besar surat Al-Quraisy menjelaskan kenikmatan Allah yang sangat besar yang dianugerahkan kepada suku Quraisy. Allah telah menyatukan mereka dalam kasih sayang dan kekuatan. Allah juga telah memberi mereka kemudahan dalam melakukan niaga, sehingga mereka dapat leluasa melakukan ekspansi niaga ke negara lain. Selain itu, yang tidak kalah berharga dari semua itu, Allah telah menempatkan mereka di Makkah serta menjadikan mereka sebagai

²²Ibnu Kasir, *Tafsīr Alquran al-Azīm*, vol. 8 (Dar Thaybah li al-Nasyr wa al-Tauzi', 1999), 491.

²³al-Zuhaili, *Tafsīr al-Munīr fī al-Aqīdah wa al-Sharī'ah wa al-Manhaj*, vol. 30 (Beirut: Dar al-Fikr, 1998), 245.

²⁴al-Faizin, *Tafsir Ekonomi...*, 271.

penguasa Kakbah yang tidak lain adalah pusat peribadatan jazirah Arab. Oleh karena itulah mereka hidup dalam keadaan damai dan tenteram di Makkah.²⁵

Allah telah menganugerahi keutamaan kepada suku Quraisy dengan menyebutkan *success story* mereka dalam hal niaga dalam Alquran. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pelajaran berharga yang dapat digali dari *success story* mereka dalam berbisnis, termasuk strategi bisnis yang dipergunakan orang-orang Quraisy dalam menjalankan bisnisnya.²⁶

B. Penegasan Judul

Menjadi seorang *entrepreneur* adalah pilihan, sebab seorang *entrepreneur* harus siap menerima risiko berupa kegagalan. Namun, pada kenyataannya banyak orang yang memilih *entrepreneur* sebagai salah satu usaha untuk mencukupi kebutuhannya dan tidak sedikit orang tidak sukses bahkan gagal dalam mengelola bisnisnya. Pada dasarnya, setiap usaha harus direncanakan dengan baik dan dengan strategi yang baik pula untuk mencapai suatu kesuksesan. Sebagai langkah awal bagi seorang *entrepreneur* memilih strategi yang baik untuk bisnis yang akan dijalankan, sebagai konsep awal yang nantinya diimplementasikan dalam pengelolaan bisnis tersebut.

Strategi didefinisikan sebagai cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi merupakan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang

²⁵al-Faizin, *Tafsir Ekonomi...*, 261.

²⁶*Ibid.*

menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.²⁷

Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha. Boone mengutip Skinner yang mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna dasar sebagai “the buying and selling of goods and services”. Adapun dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra), sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.²⁸ Bisnis (*business*) terdiri atas seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian.²⁹

Bisa disimpulkan bahwa strategi bisnis adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan atau bidang usaha yang meliputi aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen guna memperoleh profit.

²⁷Yusanto, *Menggagas Bisnis...*, 16.

²⁸*Ibid.*, 15.

²⁹Boone, *Contemporary Business...*, 6.

Surat Al-Quraisy ayat 1 – 4 ini mengandung strategi bisnis dalam kalimat-kalimatnya, contohnya penafsiran al-Maraghi pada kalimat *riḥlah* (رحلة) yang berarti *irtihāl* (الترحال) yang artinya bepergian. Di mana suku Quraisy yang tinggal di negara padang pasir sangat mengandalkan niaga sebagai mata pencaharian utamanya. Perniagaan yang mereka lakukan pun tidak hanya dalam lingkup domestik namun juga lintas negara seperti ke Syiria dan Yaman.³⁰

Pelajaran berharga dari lafaz *riḥlah* (رحلة) di sini adalah keberanian untuk melakukan ekspansi bisnis ke luar negeri. Dengan demikian, pasar dari produk yang dihasilkan tidak terbatas hanya domestik namun sudah mendunia.³¹

Selain itu, ada kalimat *al-shitā'i wa al-ṣaif* (الشتاء والربيع) yang artinya musim dingin dan musim panas. Menurut Ibnu Kasir, pada musim dingin suku Quraisy melakukan perjalanan niaga ke Yaman sedangkan pada musim panas ke Syiria.³² Menurut al-Zuhaili, tujuan orang Quraisy melakukan perjalanan niaga ke Yaman pada musim dingin karena Yaman adalah daerah yang panas. Sedangkan perjalanan ke Syiria pada musim panas, karena Syiria adalah daerah yang dingin. Di Yaman mereka mendapatkan minyak wangi serta rempah-rempah yang datang dari India serta Teluk Persia. Sedangkan di Syiria mereka mendapatkan beberapa komoditas pertanian yang sangat dibutuhkan di negara mereka yang tandus.³³

³⁰al-Maraghi, *Tafsīr al-Marāghī...*, 245.

³¹al-Faizin, *Tafsir Ekonomi...*, 269.

³²Ibnu Kasir, *Tafsīr Alquran...*, 491.

³³al-Zuhaili, *Tafsīr al-Munīr...*, 245.

Penafsiran lafaz *al-shitā'i wa al-ṣaif* di atas memberikan gambaran tentang keahlian suku Quraisy dalam melakukan segmentasi pasar (*market segmentation*). Mereka mengidentifikasi wilayah yang menjadi tujuan pasar mereka berdasarkan iklim *al-shitā'i wa al ṣaif* atau musim dingin dan musim panas. Dalam dunia *marketing* hal ini dikenal dengan istilah “Segmentasi Geografis”.³⁴

Kedua penafsiran dari sebagian kalimat dalam surat Al-Quraisy di atas menunjukkan beberapa strategi bisnis yang terkandung dalam surat Al-Quraisy. Lebih lengkapnya akan disajikan dalam penelitian ini.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Penafsiran surat Al-Quraisy ayat 1 – 4 yang menjadi fokus penelitian ini memiliki beberapa masalah yang dapat dikaji, di antaranya:

1. Keistimewaan suku Quraisy di sisi Allah
2. Macam-macam kenikmatan yang diberikan oleh Allah untuk suku Quraisy
3. Strategi bisnis yang tersirat pada tiap kalimat dalam surat Al-Quraisy ayat 1 – 4

Untuk memberi arahan yang jelas dan ketajaman analisa dalam pembahasan, maka diperlukan pembatasan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya akan membahas penafsiran surat Al-Quraisy ayat 1 - 4 terkait dengan strategi bisnis yang tersirat dalam setiap kalimat-kalimat ayat 1 - 4.

³⁴al-Faizin, *Tafsir Ekonomi...*, 271.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah di atas, dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penafsiran surat Al-Quraisy ayat 1 – 4?
2. Bagaimana strategi bisnis yang terkandung dalam surat Al-Quraisy ayat 1 – 4?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui penafsiran surat Al-Quraisy ayat 1 – 4
2. Untuk mengetahui strategi bisnis yang terkandung dalam surat Al-Quraisy

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan keilmuan dalam bidang tafsir. Agar hasil penelitian ini betul-betul jelas dan benar-benar berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan, maka perlu dikemukakan kegunaan dari penelitian ini.

Adapun kegunaan hasil penelitian ini ada dua, yaitu:

1. Kegunaan secara teoritis

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang kemudian diharapkan dapat menambah khazanah pengetahuan ilmu keagamaan khususnya mengenai strategi bisnis dalam Alquran.

2. Kegunaan secara praktis

Implementasi penelitian ini diharapkan bisa memberi kontribusi agar dapat memberi solusi terhadap masyarakat khususnya seorang *entrepreneur* dalam menjalankan bisnisnya dengan strategi bisnis yang terkandung dalam Alquran surat Al-Quraisy ayat 1 – 4 sehingga dunia bisnis bisa dibangun di atas landasan etis yang dinafasi ajaran religius (Islam) yang bersumber dari Alquran.

G. Telaah Pustaka

Telaah pustaka dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui keorisinilan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini, setelah dilakukan telaah pustaka penulis menemukan dua karya yang membahas masalah yang serupa dengan penelitian ini, yaitu:

1. Tafsir Ekonomi Kontemporer (Kajian Tafsir Alquran tentang Ekonomi Islam), karangan Abdul Wahid al-Faizin dan Nashr Akbar yang diterbitkan oleh Madani Publishing House di Jakarta pada tahun 2010 dengan ketebalan ebal 288 lembar. Buku ini berisi tentang beberapa penafsiran ayat-ayat Alquran yang menjelaskan tentang konsep ekonomi yang meliputi konsep dan strategi dakwah ekonomi Islam, larangan riba dan implikasinya bagi perekonomian, *social capital*, *social security*, perilaku individu Muslim dalam memanfaatkan nikmat Allah dan *entrepreneurship values and business strategy*.
2. *Konsep Kewirausahaan dalam Alquran* karya Khafid Alfikri ini merupakan skripsi pada jurusan Tafsir Hadits fakultas Ushuluddin tahun 2013. Dalam

penelitiannya, peneliti membahas tentang konsep kewirausahaan dalam Alquran dengan mengkaji ayat-ayat yang secara implisit menjelaskan tentang kewirausahaan. Penulis menjelaskan bagaimana membumikan jiwa “kewirausahaan” dalam kehidupan manusia dan juga bagaimana mengkomunikasikan bahasa Alquran atau istilah-istilah Alquran yang masih memiliki makna tersirat tersebut untuk disajikan sebagai konsep kewirausahaan.

Dari dua karya di atas, menunjukkan bahwasannya belum ada yang membahas penelitian terkait dengan strategi bisnis yang terkandung dalam surat Al-Quraisy secara mendetail sebagaimana yang akan dijelaskan dalam penelitian ini.

H. Metodologi Penelitian

1. Model Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif yang dimaksudkan untuk mendapatkan data tentang kerangka ideologis, epistemologis, dan asumsi-asumsi metodologis pendekatan terhadap kajian tafsir dengan menelusuri secara langsung pada literatur yang terkait.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah *library research* (penelitian kepustakaan) yaitu penelitian yang memanfaatkan sumber perpustakaan untuk memperoleh data

penelitiannya.³⁵ Dengan cara mencari dan meneliti ayat yang dimaksud, kemudian mengelolanya memakai keilmuan tafsir.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah *deskriptif*³⁶ *analisis*,³⁷ yang berusaha mendeskripsikan konsep yang ada dalam Alquran surat Al-Quraisy.

Metode *deskriptif* yang digunakan adalah metode tafsir *tahlily*, biasanya mufassir menguraikan makna yang dikandung dalam Alquran, ayat demi ayat, surat demi surat yang urutannya sesuai mushaf. Uraian tersebut menyangkut berbagai aspek yang dikandung ayat, seperti pengertian kosa kata, konotasi kalimatnya, latar belakang turunnya ayat (*Asbāb al-Nuzūl*), keterkaitan dengan ayat yang mengiringi (*Munāsabah*), juga pendapat-pendapat yang berkenaan dengan tafsiran ayat-ayat tersebut, baik yang disampaikan oleh Nabi, sahabat, para tabi'in, maupun ahli tafsir lainnya.³⁸

Dalam metode *tahlily* biasanya hasil yang ditafsirkan mengikuti kecenderungan para *mufassir* dalam memahami ayat-ayat Alquran.³⁹ Sehingga

³⁵Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Yogyakarta: Buku Obor, 2008), 1.

³⁶Deskriptif adalah menuturkan dan menafsirkan data yang berkenaan dengan fakta, keadaan, variable, dan fenomena yang terjadi pada saat penelitian berlangsung dan menyajikannya apa adanya. Lihat, M. Sabana, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Pustaka Setia, 2005), 89.

³⁷Analitik adalah uraian atau bersifat penguraian. Lihat, Pius A. Partanto Dan M Dahlan Barry, *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Arloka, 1994), 29.

³⁸Abd. al-Hayy al-Farmawi, *Metode Tafsir Maudlui* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), 12.

³⁹Nasruddin Baidan, *Metodologi Penafsiran al-Qur'an* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005), 31.

penafsiran dengan metode ini menampilkan beberapa corak tafsir seperti corak *fiqh̄, ṣūf̄y, falsaf̄y, ‘ilm̄y, adāb̄y ijtīmā‘i*.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau cara yang ditempuh dalam penelitian ini yaitu: mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan fokus pembahasan, kemudian mengklarifikasi sesuai dengan sub bahasan dan penyusunan data yang akan digunakan dalam penelitian berdasarkan konsep-konsep kerangka penulisan yang telah dipersiapkan sebelumnya.

5. Pengelolahan Data

Dalam pengolahan data yang telah dikumpulkan, penulisan ini menggunakan beberapa langkah, yaitu:

- a. *Editing*, yaitu memeriksa kembali data-data yang diperoleh dari segi kelengkapan, kejelasan, kesesuaian, relevansi, dan keragamannya.
- b. Pengorganisasian data, yaitu: menyusun dan mensistematikan data-data yang diperoleh dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan sebelumnya sesuai dengan rumusan masalah.

6. Teknik Analisa Data

Semua data yang terkumpul, baik primer maupun sekunder diklasifikasi dan dianalisis sesuai dengan sub bahasan masing-masing. Selanjutnya dilakukan telaah mendalam atas karya-karya yang memuat objek penelitian dengan menggunakan analisis isi, yaitu suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi

pesan dan mengelolanya dengan tujuan menangkap pesan yang tersirat dari satu atau beberapa pernyataan.⁴⁰ Selain itu, analisis isi dapat juga berarti mengkaji bahan dengan tujuan spesifik yang ada dalam benak peneliti.

7. Sumber Data

Dalam penyusunan penelitian ini diperoleh data dari berbagai sumber yang dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

- a. Data primer yaitu sumber yang berfungsi sebagai sumber utama yang terpenting dalam penelitian ini, yakni Alquran al-Karīm.
- b. Data sekunder yaitu data yang melengkapi atau mendukung data primer yang ada. Dalam hal ini adalah buku referensi yang berkaitan dengan pokok permasalahan. Sumber data yang dimaksud antara lain sebagai berikut:

- 1) *Tafsīr al-Munīr fī al-Aqīdah wa al-Sharī‘ah wa al-Manhaj* karangan Wahbah Zuhaily
- 2) *Tafsīr al-Jāmi’ li Ahkām Alquran* karya al-Qurthuby
- 3) *Tafsīr al-Miṣbāh* karangan M. Quraish Shihab
- 4) *Tafsīr al-Marāghī* karya Ahmad Musthafa al-Maraghi
- 5) *Tafsir al-Kashshāf ‘an Haqā’iq al-Tanzīl wa Uyūn al-Aqāwīl fī Wujūh al-Ta‘wīl* karangan al-Zamakhshari.

⁴⁰Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1993), 76-77.

I. Sistematika Pembahasan

Agar penelitian ini tersusun dengan struktur yang baik, dan tidak keluar dari topik pembahasan yang telah ditentukan, maka perlu kiranya disusun sistematika pembahasan sebagai berikut :

Bab I berisikan pendahuluan yang memuat kerangka dasar penelitian skripsi, yang didalamnya terdiri dari latar belakang masalah, penegasan judul, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, telaah pustaka, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II berisikan tentang ruang lingkup strategi bisnis yang meliputi: Pengertian strategi bisnis, penggunaan strategi bisnis dan prinsip, cirri, langkah dan strategi bisnis menurut para ilmunan.

Bab III berisikan penafsiran surat Al-Quraisy yang mencakup beberapa hal, diantaranya: Ayat dan terjemahan, tafsīr mufradāt, asbāb al-nuzūl, munāsabah surat dan penafsiran surat Al-Quraisy ayat 1 – 4.

Bab IV berisikan analisis strategi bisnis yang terkandung dalam surat Al-Quraisy.

Bab V berisikan penutup, terdiri dari simpulan dan saran.