

ABSTRAK

Nurlita, Sinta Bela. 2025. Etika Bisnis Perspektif Muhammad Mutawalli al-Sha'rawi (Kajian Kitab *Tafsir Khawāṭir al-Sha'rawī Ḥawl al-Qur'ān al-Karīm*). Skripsi, Jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Kiai Abdullah Faqih Gresik.
Pembimbing: H. Arif Budiono Lc, M H I, M. A.

Kata Kunci: Al-Qur'an, Etika Bisnis, al-Sha'rawi.

Etika bisnis dalam Al-Qur'an menurut perspektif Muhammad Mutawalli al-Sha'rawi dan mengkaji implementasinya dalam bisnis modern. Membahas akan pentingnya pemahaman nilai-nilai moral dan spiritual dalam aktivitas bisnis di tengah era globalisasi yang sering kali menekankan pada orientasi keuntungan semata. Etika bisnis dalam penelitian ini merupakan tata cara yang mengatur dalam urusan perdagangan, transaksi bisnis pada zaman sekarang ini, nilai-nilai al-Qur'an yang menjadi pedoman pada bisnis zaman sekarang ini yang sangat minim etika. Maka dapat diambil ru,usan masalah sebagai berikut 1. Bagaimana penafsiran al-Sha'rawi mengenai ayat-ayat etika bisnis, 2. Bagaimana implementasi nilai-nilai etika bisnis dalam al-qur'an pada bisnis modern

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (*Library Research*). Metode yang peneliti gunakan adalah metode tafsir tematik tokoh, yaitu dengan menelaah ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan etika bisnis serta tafsirnya menurut tokoh yang dipilih (al-Sha'rawi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis dalam Al-Qur'an disebutkan dengan jelas dengan term *al-Tijārah*, *al-Bay'u*, dan *Isytara* dengan berbagai derivasinya. Diantaranya term *al-Tijārah* disebutkan 9 kali, term *al-Bay'u* disebutkan 15 kali, sedangkan term *Isytara* disebutkan 25 kali dalam al-Qur'an. Dan ada juga beberapa ayat yang representatif mengarah kepada makna etika bisnis walau tidak ada term yang terkait.

Dalam penafsiran Muhammad Mutawalli al-Sha'rawi menekankan bahwa keberkahan dalam bisnis bukan hanya diukur dari keuntungan materi, tetapi juga sejauh mana pelaku usaha mematuhi nilai-nilai agama. Implementasi prinsip ini sangat relevan dalam bisnis modern, termasuk bisnis online, dengan menekankan keterbukaan, keadilan, dan tanggung jawab kepada semua pihak.

ملخص

نورلتنا، سنتا بيلا. ٢٠٢٥ "أداب التجارة من منظور محمد متولي الشعراوي وتطبيقاتها في التجارة المعاصرة" (دراسة في كتاب تفسير خواطر الشعراوي حول القرآن الكريم)، "بحث العلمى، قسم علوم القرآن والتفسير، كلية أصول الدين والدعوة، جامعة كياهى عبد الله فقيه غريسبيك.

المشرف: عارف بوديونو الماجستير

الكلمات الأساسية: القرآن، أداب التجارة، الشعراوي

أداب التجارة في القرآن الكريم من منظور الشيخ محمد متولي الشعراوي وتطبيقاتها في التجارة المعاصرة يهدف هذا البحث أهمية إدراك القيم الأخلاقية والروحية في الأنشطة التجارية، لا سيما في ظل عصر العولمة الذي غالبًا ما يُركّز على الجوانب المادية والربحية دون الالتفات إلى المبادئ الأخلاقية. وتشير أداب التجارة في هذا السياق إلى المنظومة التي تنظّم المعاملات التجارية والاقتصادية المعاصرة، استنادًا إلى القيم القرآنية التي ينبغي أن تكون مرجعًا في زمن قلّ فيه الالتزام بالأخلاق في العمل التجاري. بناءً على ذلك، تتمثل إشكالية البحث في السؤالين الآتيين: 1. كيف فسّر الشيخ محمد متولي الشعراوي الآيات القرآنية المتعلقة بالأخلاق التجارية؟ 2. كيف يمكن تطبيق القيم الأخلاقية التجارية المستمدة من القرآن الكريم في بيئة التجارة الحديثة؟

يعتمد هذا البحث على المنهج النوعي (البحث المكتبي)، ويستخدم منهج التفسير الموضوعي من خلال دراسة الآيات القرآنية ذات الصلة بالأخلاق التجارية، وتحليلها في ضوء تفسير الشيخ محمد متولي الشعراوي.

وقد بيّنت نتائج البحث أن أداب التجارة ذُكرت بوضوح في القرآن الكريم عبر مصطلحات مثل: التجارة (ذُكرت ٩ مرات)، البيع (ذُكر ١٥ مرة)، واشترى (ذُكر ٢٥ مرة) بصيغ متعددة. كما توجد آيات أخرى تعكس مفاهيم أداب التجارة وإن لم تتضمن تلك المصطلحات بشكل مباشر.

يركّز الشيخ محمد متولي الشعراوي في تفسيره على أن البركة في التجارة لا تُقاس بالربح المادي فحسب، بل بمدى التزام التاجر بالقيم الدينية. وتعدّ هذه المبادئ ذات أهمية خاصة في واقع التجارة المعاصرة، بما في ذلك التجارة الإلكترونية، حيث تبرز الحاجة إلى الصدق، والعدالة، والشفافية، وتحمل المسؤولية أمام جميع الأطراف المعنية.