

IMPLEMENTASI FIKIH MUAMALAH DALAM PENGEMBANGAN MEDIA DAKWAH DI ERA MODERN

Isyrokhh Fuaidi

Alumnus Pascasarjana Islamabad Pakistan

Email: isyrokhh@yahoo.com.

Abstracts

The means and methods of Islamic preaching (dawah) in the modern era have passed through many developments of various aspects. This shows a view that Islam is always relevant and available to meet the needs of the people. This article will explore the relevance of fiqh muamalah as means of dawah in the development of Islamic preaching in the modern world. It can be concluded from the article that fiqh muamalah is a part from the important means and materials that practiced by modern preachers today. This fact is based on the reality that Islamic banking becomes an integral part of the economic system of the world, especially in the countries with a majority Muslim population such as Indonesia. Therefore, as long as there is Islamic economic system and shariah banking in a country, the presence of fiqh muamalah will always become urgent. Furthermore, the relevance of fiqh muamalah in the development of Islamic preaching is elaborated further by discussing the different characteristics of Islamic modern preaching each of which are supported and generated from the values and principles in jurisprudence muamalah.

Keywords: *fiqh mu'amalah, Islamic Preaching, Propagation, Modern Era.*

Abstrak

Metode dakwah Islam di era modern pada prakteknya mengalami banyak perkembangan dalam banyak hal, khususnya terkait dengan sarana dan cara yang dipakai dalam berdakwah. hal ini untuk menghadirkan bahwa Islam memang relevan dan selalu ada untuk memenuhi kebutuhan umat. tulisan ini akan mengupas tentang apa relevansi dan implementasi fikih muamalah kaitannya dengan pengembangan dakwah di dunia modern. Dari tulisan ini dapat diambil kesimpulan bahwa fikih muamalah adalah salah satu bagian penting dari sarana dan materi dakwah yang dipraktekkan sekarang ini. kenyataan ini didasarkan pada fakta bahwa perbankan syariah menjadi bagian tak terpisahkan dari sistem ekonomi dunia khususnya di negara-negara dengan

mayoritas penduduk muslim seperti di Indonesia sedangkan sistem tersebut tidak dapat lepas dari keilmuan fikih muamalah itu sendiri. Maka dari itu, selama ada sistem ekonomi Islam dan perbankan syariah berdiri, maka fikih muamalah menjadi hal yang urgen. Selanjutnya, relevansi fikih muamalah dalam perkembangan dakwah Islam ini dielaborasi lebih lanjut dengan membahas sejumlah karakteristik dakwah modern yang setiap karakteristik tersebut terdapat nilai dan prinsip yang ada di fikih muamalah.

Keywords: *Fikih Muamalah, Islami, Dakwah, Era Moder.*

A. Pendahuluan

Syariat Islam telah menunjukkan nilai kesempurnaannya bagi para pemeluknya. Hal ini senada dengan firman Allah yang artinya, *pada hari ini telah Aku sempurnakan bagimu agamamu.*¹ Kesempurnaan ini ditunjukkan dengan lengkapnya syariat Islam yang mencakup segala aspek kehidupan manusia seperti ajaran bertauhid (iman), beribadah, bersosial, berpolitik, berkeluarga, berinteraksi (muamalah), berakhlak, dan berbisnis yang sifatnya berorientasi dunia.

Kelengkapan konten ajaran Islam ini menunjukkan pula lengkapnya nilai-nilai yang dikandungnya untuk dapat dijadikan landasan hidup secara menyeluruh. Penerapan ini dikatakan sebagai berperilaku Islam secara *kaffah* (komprehensif). Dalam bahasa lain, Islam *kaffah* dalam konteks zaman modern diistilahkan sebagai implementasi ajaran Islam sebagai gaya hidup (*Islam as a way of life*) sehingga seluruh aspek perilaku kehidupan seseorang tidak terlepas dari aturan dan nilai syariat Islam yang diyakininya.

Beberapa pendapat menyatakan syariat Islam hanya mengatur tentang perilaku ibadah atau hubungan antara manusia dan Tuhan seperti salat lima waktu akan mengalami keterbatasan. Bila ditelisik lebih dalam, pendapat ini tidak mungkin terjadi karena ajaran tersebut muncul dari zat yang maha sempurna dan maha tidak terbatas. Oleh

¹ Q.S. al-Maidah [3]: 3.

karena itu Muhammad membawakan syariat Islam dengan mengatur seluruh aspek kehidupan yang dibutuhkan umat manusia. Islam tidak hanya membahas interaksi Tuhan dan hambanya, tapi juga interaksi antar sesama hamba-Nya. Islam juga tidak mengenal pemisahan antara kehidupan dunia yang cenderung memenuhi syahwat manusia dengan kehidupan akhirat yang berorientasi pada kehidupan abadi. Maka dalam koridor ini, konteks fikih muamalah menjadi salah satu bagian penting dalam tubuh syariat Islam. Selain teks-teks (*nusus*) agama yang banyak menggambarkan sejumlah aturan terkait aktivitas bisnis dan keuangan, realitas sosial masyarakat modern sekarang ini mengharuskan adanya sistem yang menjamin kemaslahatan semua pihak sebagai kebutuhan bersama. Maka adanya penerapan hukum Islam melalui fikih muamalah dalam aktivitas manusia bukan hanya dilandasi keyakinan tentang ajaran agama yang suci (doktrinal) tetapi juga berangkat dari kebutuhan manusia itu sendiri.

Realitas di atas menegaskan bahwa syariat Islam mengafirmasi urgensi fikih muamalah dalam konteks agama sebagai bagian yang tak terpisahkan dari ajarannya yang *syamil*. Berangkat dari hal ini, tulisan ini mengangkat nilai-nilai kajian fikih muamalah dan menganalisis sejauh mana relevansinya dengan upaya pengembangan dakwah modern. Upaya ini penting dalam rangka mengeksplorasi konsep dakwah agar tidak dipahami secara terbatas pada penyampaian ajaran Islam secara verbal (*tabligh*), melainkan lebih daripada itu, terbuka ruang yang luas dalam proses pengembangan dakwah Islam.

B. Memahami Dakwah Modern dan Fikih Muamalah

Dakwah secara etimologis berasal dari bahasa Arab, yaitu *daʿ-yadʿu* > *daʿwab* yang memiliki arti mengajak, menyeru dan memanggil. Sedangkan dakwah secara terminologi diartikan sebagai mengajak orang untuk mengerti, memahami dan mentaati ajaran Islam dengan cara *biḥikmah* dan *mauʿizah biḥasanah*. Dalam pengertian lain, dakwah adalah penyampaian Islam kepada manusia, baik secara lisan, tulisan

maupun secara lukisan.² Didin Hafidhuddin dalam bukunya, *Dakwah Aktual* mengutip takrif H. Roosdi, dengan memberi pengertian dakwah yang lebih elegan sebagai suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, dan secara bertahap menuju peri kehidupan yang Islami.³

Dari definisi di atas, pemahaman dakwah di zaman dahulu tidak terlalu berbeda dengan apa yang dipahami masyarakat (baca: pendakwah) luas di zaman ini. Prinsip-prinsip dakwah yang ditunjukkan alquran dan hadis serta nilai-nilai agama yang harus disampaikan kepada umat (*mad*) juga memperoleh kesepakatan bahwa pada intinya dakwah dilakukan untuk mengajak manusia untuk mengikuti syariat Islam. Hukum dakwah (*masyriyyah*) atas setiap muslim juga tidak mengalami banyak perbedaan bahwa dakwah merupakan suatu kewajiban yang pelaksanaannya disesuaikan dengan tingkat kemampuan dan kesanggupannya masing-masing.⁴ Jadi siapa saja orang Muslim mukallaf memiliki keharusan berdakwah sesuai dengan situasi tempat dan waktunya.

Teks agama yang mendasari pandangan ini sebagaimana firman dalam alquran yang artinya, *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.*⁵ Juga di sebutkan dalam surah lain yang artinya:

² Lihat, Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam, Pokok-Pokok Pikiran tentang Paradigma dan Sistem Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), hlm. 152.

³ Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), hlm. 77.

⁴ Moh. Ali Aziz, Rr. Suhartini, A. Halim (ed.), *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat: Paradigma Aksi Metodologi*, (Yogyakarta: LKiS, cet. I, 2005), hlm. 25.

⁵ Q.S. an-Nah[16]: 125.

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, mereka itulah orang-orang yang beruntung”.⁶

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka; di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”.⁷

Sedangkan hadis Nabi yang secara eksplisit menyinggung soal dakwah adalah

“Barangsiapa di antara kamu melihat kemunkaran maka hendaklah ia merubah dengan tangannya, jika tidak kuasa maka dengan lisannya, jika tidak kuasa dengan lisannya maka dengan hatinya, yang demikian itu adalah selemah-lemahnya iman”.⁸

Dalil agama yang menjadi landasan dakwah Islam tersebut menjadikan pemahaman terkait prinsip dan nilai-nilai dakwah yang tidak mengalami perubahan baik pada masa klasik maupun era masa kini. Perbedaan dakwah hanya terletak pada konsep pengembangan dan implementasi dari unsur-unsur dakwah yang terkait di dalamnya. Entitas unsur dakwah yang meliputi *da’i* (subjek), *mad’u* (objek), *wasikah* (metode), dan *maddah* (materi) berlaku tetap dari dahulu hingga sekarang.

Pengembangan dan implementasi dakwah yang ada di zaman Rasulullah dapat dikatakan telah mengalami banyak perubahan dibandingkan dengan model berdakwah di era modern. Hal ini disebabkan adanya perubahan realitas sosial masyarakat yang mengharuskan adanya perubahan pula dari segi metode, materi dakwah dan bahkan status sosial seorang dai. Pandangan ini tentunya

⁶ Q.S. Al-‘Imrān [17]: 104-105.

⁷ Q.S. Al-‘Imrān [17]: 110.

⁸ Hadis Bukhari Muslim no. 1244.

tidak serta merta mengaggap bahwa metode dakwah konvensional sudah tidak relevan sama sekali di era modern ini, melainkan untuk menegaskan bahwa metode klasik bukan merupakan satu-satunya metode dakwah yang paling efektif untuk mensukseskan proses menyeru kepada masyarakat.

Secara sederhana, perbedaan model dakwah modern dengan model dakwah konvensional dapat ditemukan dalam media komunikasi yang dipakai. Jika komunikasi dakwah zaman dahulu menggunakan sarana majlis taklim, pengajian dan khotbah jumat yang mengharuskan dai memiliki kemampuan retorika lisan, maka komunikasi di zaman modern mengalami perkembangan dakwah yang dapat dilakukan melalui sarana teknologi komunikasi seperti website, email, skype, facebook dan twitter.⁹

Dalam konsep model dakwah pengembangan masyarakat (*community development*), terdapat sejumlah perbedaan prinsipil antara dakwah konvensional dengan dakwah modern terkait dengan metode yang dipakai. Misalnya, dari segi peran seorang dai di era modern tidak hanya dituntut sebagai komunikator agama seperti model konvensional, melainkan juga sebagai fasilitator yang membaaur dan mengerti dengan kondisi sosio-kultural masyarakat. Kemudian dari segi metode, dakwah modern lebih mengedepankan ruang dialog dan interaksi aktif-partisipatif semua pihak, bukan model *top-down*, lebih banyak hikmah dan statis. Selanjutnya yang paling kentara dalam dakwah modern adalah terkait dengan sarana-prasarana yang digunakan mengikuti kemajuan teknologi informasi.¹⁰

Sementara terkait pengertian fikih muamalah, artikel ini tidak bermaksud menggunakan pengertian yang umum yakni kumpulan hukum dan nilai agama yang mengatur perilaku hubungan antar manusia dalam berbagai aspek meliputi pidana, jihad, perang, politik

⁹ Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2013), hlm. 37.

¹⁰ Moh. Ali Aziz, Rr. Suhartini, A. Halim (ed.), *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat...*, hlm. 19.

dan nikah.¹¹ Dalam tulisan ini, pengertian fikih muamalah dimaksudkan dalam kerangka definisi kontemporer sebagai peraturan hukum agama yang mengatur tentang kebendaan dan ihwal aktivitas bisnis manusia. Menurut Wahbah Azzuhaily, dalam konteks ini mengistilahkan dengan *al-Mu'amalat al-Makīyah al-Mu'asrab*.¹² yang terpublikasikan dalam bukunya.

Dengan demikian makna dakwah fikih muamalah adalah proses mempengaruhi orang untuk menjalankan seluruh aktifitasnya berdasarkan fikih muamalah dengan menggunakan sistem teknologi tertentu.

C. Relevansi Fikih Muamalah dalam Dakwah Modern

Adanya pengembangan model dakwah di era modern ini menjadikan disiplin keilmuan fikih muamalah menjadi relevan dalam konteks dakwah Islam. Hal ini disebabkan oleh situasi yang menjadikan fikih muamalah menjadi satu bagian penting dalam perkembangan sistem perbankan syariah di zaman modern. Di banyak negara, perbankan syariah telah menemukan momentum dengan adanya dukungan pemerintah yang menjadikannya sebagai sistem perbankan untuk diterapkan di negara itu. Sedangkan implementasi perbankan syariah tidak mungkin dapat lepas dari keterkaitannya dengan akad dan nilai syariah yang diatur dalam *fiqh al-mu'amalah la-makīyah*. Tidak sesuainya implementasi perbankan syariah dengan konsep yang diajarkan dalam fikih muamalah bisa menjadi bumerang terhadap lembaga keuangan syariah sendiri karena dapat mempengaruhi kepercayaan para nasabah muslim untuk menabung di bank syariah. Bahkan jika negara sudah menerapkan prinsip syariah sebagai bagian dari sistem seperti di Indonesia, tidak hanya hilangnya

¹¹ M. Yazid Afandi, *Fiqh Mumalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Logung Pustaka, cet. I, 2009), hlm. 5.

¹² Wahbah az-Zuhaili, *Al-Mu'amalat al-Makīyah al-Mu'asrab*, (Damaskus: Dar al-Fikr, 2006), hlm. 33.

kepercayaan masyarakat, tapi juga berdampak pada kebijakan pemerintah yang memiliki kewenangan untuk menegur dan memberi sanksi terhadap lembaga keuangan syariah yang melakukan pelanggaran.

Di Indonesia, adanya Dewah Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mengeluarkan fatwa terkait dengan produk-produk perbankan syariah mengkonfirmasi akan eksistensi diskursus keilmuan fikih muamalah yang akan selalu penting dalam perkembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dan bahkan dunia. Sederhananya, selama ada perbankan syariah berdiri, di sana ada keilmuan fikih muamalah yang tidak dapat dipisahkan. Kendati demikian, relevansi fikih muamalah tidak hanya terbatas pada tuntutan modernitas yang “kebetulan” sedang membutuhkannya. Akan tetapi lebih dari itu, dalam konteks implementasi dakwah secara umum, fikih muamalah selalu berperan aktif dalam memberikan tawaran nilai agama yang menjadi bagian tak terpisahkan dari syariat Islam itu sendiri.

Untuk mengetahui relevansi fikih muamalah dalam dakwah di era modern ini seyogyanya diketahui mengenai karakteristik dakwah modern yang selanjutnya dielaborasi lebih lanjut mengenai korelasinya dengan fikih muamalah.

D. Karakteristik Dakwah Modern

Karakteristik model dakwah modern bersifat kontekstual yakni banyak menyesuaikan dengan kebutuhan dan realitas sosio-kultural masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Beberapa hal berikut setidaknya menjadi ciri khas model dakwah di era modern.

Pertama, relevan dengan kebutuhan sekarang. Artinya dakwah tidak hanya dilakukan secara kultural seperti dakwahnya para Walisongo yang menyesuaikan budaya masyarakat setempat, tetapi implementasi dakwah disesuaikan dengan tuntutan zaman modern meliputi adanya perkembangan teknologi, masyarakat dengan

mobilitas tinggi, pola pikir masyarakat majemuk dan hedonis, ditambah lagi dengan era keterbukaan dan kebebasan (*beyond boundaries*) yang disebut globalisasi. Dakwah dalam situasi seperti ini tidak hanya dituntut mampu menjawab persoalan-persoalan agama yang bersifat *'ubudiyah* dan *ilabiyah*, tetapi akan dipaksa juga menjawab sekaligus bermain aktif dalam percaturan zaman modern dengan segala aspeknya. Dengan kata lain, relevansi dakwah akan berusaha berkesesuaian dengan perkembangan tiap unsur yang ada dalam dakwah itu sendiri. Dengan demikian, pesan agama yang dibawa seorang dai profesional di zaman modern akan dapat diterima dengan lapang dada oleh masyarakat.

Perkembangan zaman modern sebenarnya tidak keluar dari ruang lingkup ajaran syariat Islam. Perkembangan zaman ini merupakan realitas alam yang menjadi fitrahnya. Dalam konteks ini, sudah menjadi fitrah syariat Islam pula untuk mampu menjawab segala perkembangan kehidupan dunia seisinya. Hal ini sesuai dengan firman Allah yang menjadikan syariat Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam.¹³ Karakteristik Islam sebagai agama universal dan *syamil*, selain ayat tersebut juga banyak disinggung secara eksplisit dalam teks alquran yang lain.¹⁴ Yang menjadi kendala adalah adanya keterbatasan manusia dalam menggali hazanah pengetahuan dan nilai syariat yang bersumber dari dalil-dalil agama yang ada.

Setidaknya, dalam hal ini ada dua konteks nilai universal dan kesempurnaan syariat Islam yaitu: pertama, dari segi muatan ajarannya yang bersifat lengkap dan sempurna mencakup segala aspek kehidupan. Kedua, dalam segi sasaran berlakunya ajaran Islam yang berlaku untuk seluruh makhluk *mukallaf*.¹⁵ Kondisi masyarakat modern yang banyak berbeda dari masyarakat di zaman klasik

¹³ Q.S. al-Anbiya⁵ [43]: 107.

¹⁴ Seperti Q.S. al-An'ām [5]: 90, al-Furqān [15]: 1, Saba' [13]: 28 dan al-Maidah [3]: 3. Lebih jelasnya lihat, Muchotob Hamzah, *Tafsir Maudhu'i al-Muntaha*, (Yogyakarta: LKiS, cet. I, 2004), hlm. 139

¹⁵ Muchotob Hamzah, *Tafsir Maudhu'i al-Muntaha...*, hlm. 141.

meniscayakan munculnya problematika kehidupan yang berbeda pula sehingga model pendekatan dakwah yang dikembangkan mau tidak mau akan menyesuaikan.

Berangkat dari kondisi ini, fikih muamalah menjadi relevan dalam konteks dakwah di bidang ekonomi yang direpresentasikan oleh perkembangan lembaga keuangan syariah (LKS) di Indonesia. Menjamurnya lembaga keuangan syariah meliputi bank syariah, BPRS syariah, koperasi syariah dan BMT membutuhkan pendampingan dan bantuan terkait dengan sumber daya manusia yang memahami teori dan aplikasi fikih muamalah. Relevansi fikih muamalah ini semakin luas seiring dengan perkembangan inovasi produk yang dikeluarkan oleh LKS seperti sukuk, reksadana syariah dan pasar modal syariah. Sejauh mana inovasi produk LKS berkembang, sejauh itu pula peran fikih muamalah dalam menjawab isu dan persoalan ekonomi yang berkembang dalam perspektif syariah.

Kedua, adanya perencanaan. Dakwah di era modern tidak dapat dilakukan asal jalan tanpa adanya sebuah perencanaan.¹⁶ Agar perjalanan dakwah berjalan lancar sesuai target. Perencanaan dakwah ini meliputi upaya untuk mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi masyarakat yang atas dasar itu kemudian dibuat sebuah perencanaan yang tepat. Bagian lain dari perencanaan dakwah adalah terpenuhinya komponen perencanaan yang terdiri dari ide, penentuan aksi dan waktu. Hal ini dapat dijabarkan melalui langkah perencanaan dakwah meliputi: identifikasi masalah, merumuskan dan memilih model-model pemecahan yang tepat, menetapkan strategi dakwah, menetapkan pelaksana dakwah (dai), dan evaluasi hasil implementasi model strategi pemecahan.¹⁷

¹⁶ Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual...*, hlm. 77.

¹⁷ Muhammad Rasyid Rida, "Perencanaan dalam Dakwah Islam", *Jurnal Dakwah*, Vol. IX no. 2, Juli-Desember 2008. Diakses pada Januari 2015 pukul 22.34 WIB di <http://digilib.uin-suka.ac.id/8355/1/MUHAMMAD%20ROSYID%20RIDLA%20PERENCANAA%20DALAM%20DAKWAH%20ISLAM.pdf>. hlm. 23.

Kontekstualisasi fikih muamalah dalam dakwah modern terkait perencanaan adalah untuk menghadapi perkembangan industri ekonomi dan bisnis yang semakin besar. Berkembangnya produk LKS yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan sekaligus untuk memberi nilai kompetitif antar lembaga keuangan mengharuskan adanya perencanaan yang matang. Selain mempertimbangkan aspek substansial terkait dengan keasbsahan produk yang berlandaskan syariah (fikih muamalah), aspek lain terkait dengan kebijakan dan tuntutan perkembangan ekonomi makro juga harus dipertimbangkan.

Salah satu kaidah fikih muamalah yang berbunyi *al-asf fi>al-mu'amal al-ibahf*)¹⁸ menunjukkan adanya ruang yang sangat terbuka untuk menciptakan berbagai kreativitas ekonomi selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariat. Atas dasar ini, praktisi keuangan syariah dipersilahkan untuk menciptakan segala inovasi langkah dan kebijakan yang menyangkut pengembangan ekonomi syariah. Berbagai produk perbankan syariah di atas adalah hasil dari proses inovasi yang dilakukan terkait dengan pembuatan akad. Proses inovasi ini semestinya dapat diperluas lagi dalam ranah perencanaan ekonomi syariah secara makro, termasuk di dalamnya mengenai bagaimana mengupayakan market ekonomi syariah yang lebih besar, pengembangan teknologi, SDM dan bidang-bidang lain yang masih tertinggal oleh lembaga keuangan konvensional.

Ketiga, Penanaman nilai pendidikan karakter. Tujuan utama dakwah adalah agar pihak yang diseru mau dan dapat melaksanakan syariat Islam secara benar. Jika sebagian umat merespon negatif ajakan dakwah tersebut, setidaknya akan terwujud tatanan kehidupan sosial masyarakat yang damai dan sejahtera, tanpa ada diskriminasi perlakuan antar agama yang berbeda. Kondisi masyarakat Indonesia yang sangat heterogen dengan latar belakang ras, suku dan agama yang berbeda rentan akan timbulnya persoalan sosial. Ditambah lagi

¹⁸ As-Suyuti, *Al-Aybah wa an-Nazfir*, (Riyadh: Maktabah Nazzar al-Baz, 1997) hlm. 60.

situasi zaman modern yang kerap menggiring pada pengkeroposan karakter dan menyebabkan dekadensi moral pada generasi muda. Rapuhnya kepribadian ini disebabkan oleh banyaknya sarana hiburan dan entertainmen yang bukannya mendidik dan memperkuat akhlak masyarakat, justru menyuguhkan tayangan dan acara yang menggerus kepribadian penikmatnya. Akibatnya, kondisi psikologis generasi muda sekarang ini cenderung tidak memiliki prinsip hidup, hampa dengan visi kehidupan ke depan, perilaku yang penuh kegersangan jiwa, suka mengikuti trend dan memiliki perilaku menyimpang.¹⁹

Menyikapi hal ini, perlu adanya pembangunan karakter (*character building*) yang dapat menjadikan karakter bangsa ini dengan kepribadian yang baik. Di sinilah peran dakwah Islam sangat penting dengan nilai-nilai yang dibawanya. Nilai-nilai agama terkait dengan pendidikan moral dan akhlak tentu cukup menjawab problematika moral bangsa jika dapat diimplementasikan dengan baik. Karena ajaran agama sesungguhnya untuk memperbaiki akhlak umat manusia sesuai hadis riwayat Ahmad bin Hambal bahwa Nabi saw. Bersabda “*Sesungguhnya aku hanya diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia*”.²⁰

Jika ditelisik dalam pengetahuan fikih muamalah, maka akan ditemukan begitu banyak nilai yang dapat membangun karakter manusia dengan kepribadian yang baik. Mungkin karena tema fikih muamalah *makyyah* banyak menyinggung soal aturan ekonomi kegiatan bisnis, nilai akhlak dan moral yang ditawarkan kurang membumi di tengah masyarakat. Banyaknya nilai pendidikan karakter yang terdapat dalam ajaran fikih muamalah adalah sebanyak aturan dan ketentuan yang ada dalam fikih muamalah itu sendiri. Dalam contoh yang sederhana, Islam menganggap pekerjaan yang dilakukan dengan

¹⁹ Enung Asmaya, *Aa Gym, Dai Sejuk dalam Masyarakat Majemuk*, (Jakarta: Hikmah, 2003), hlm. 42

²⁰ Musnad Ahmad, Juz 2, no. 381

tanggannya sendiri adalah sebaik-baiknya pekerjaan.²¹ Artinya umat Muhammad didorong untuk menjadi pribadi yang mandiri dan kuat, bukan menjadi pribadi yang suka bergantung pada orang lain. Contoh yang lain, syariat Islam menganjurkan aktivitas bisnis yang sifatnya *tabarru'* (ibadah demi mendapatkan rida Allah) seperti dalam *wadfiyah*, *kafalah* dan *qardh*

Pendidikan karakter yang bisa diambil adalah penanaman perilaku untuk suka membantu sesama manusia, demi memperoleh keuntungan akhirat. Dalam akad-akad bisnis pun, nilai-nilai pendidikan bersemayam dalam setiap produknya. Penanaman nilai kejujuran seperti dalam jual beli amanah, nilai penghormatan seperti tidak dibolehkannya memaksa orang lain, menjaga kemaslahatan bersama seperti pelarangan riba, tipudaya dan jual beli barang haram. Semua ini menunjukkan adanya penanaman akhlak mulia dan pembentukan karakter.

Maka antara fikih muamalah -yang diaktualisasikan dalam praktik ekonomi syariah- dengan akhlak tidak dapat dipisahkan sama sekali. Ini diibaratkan seperti halnya ilmu dengan akhlak, politik dengan akhlak, atau pendidikan dengan akhlak. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islami karena risalah Islam adalah risalah akhlak.²² Aktivitas ekonomi syariah dari lingkup kecil yang dipraktikkan secara individu sampai level makro yang melibatkan lembaga keuangan dan negara, tidak ada yang hampa norma etika nilai agama.

Keempat, Materi Dakwah Aktual. Materi dakwah adalah pesan-pesan yang harus disampaikan oleh dai kepada *mad'* terkait dengan ajaran Islam.²³ Maka materi dakwah mencakup keseluruhan syariat

²¹ Diriwayatkan dalam sebuah hadis, Nabi ditanya, Pekerjaan apa yang paling mulia?, Nabi menjawab, Pekerjaan lelaki dengan tangannya sendiri, dan setiap jual beli yang baik. HR. al-Bazzar, Wahbah Az-Zuhaili, *al-Mu'amalat al-makkyah...*, hlm. 17.

²² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, cet. I. 2012), hlm. 54.

²³ Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual...*, hlm. 80.

Islam yang ada di dalam alquran maupun hadis. Agar materi dakwah dapat sampai dengan baik kepada sasaran dakwah, materi disesuaikan dengan situasi dan kondisi sang *mad'*. Tidak adanya sinkronisasi antar materi dengan yang diberi materi, tidak menutup kemungkinan proses dakwah akan mengalami kendala. Namun demikian, secara garis besar materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga bidang meliputi masalah akidah, syariah dan akhlak. Artinya, tiga bidang tersebut tetap menjadi ajaran utama yang akan disampaikan kepada si *mad'*, tetapi mekanisme penyampaian harus terlebih dahulu melihat konteks yang melingkupi sasaran dakwah.

Penyampaian materi-materi dakwah yang dilakukan Nabi saw yang sering berbeda antara yang satu orang dengan yang lain menunjukkan bahwa Nabi sangat melihat konteks orang yang didakwahi agar materi yang diajarkan relevan dengan kondisi di sekitarnya. Kepada setiap orang, Nabi berbicara sesuai dengan tingkat kecerdasan yang mereka miliki. Kepada orang-orang pandai dan orang-orang yang memiliki nalar pikir yang tinggi Nabi berbicara dengan tingkat kecerdasan dan budaya yang disesuaikan. Maka dalam konteks dakwah dengan materi fikih muamalah, sasaran dakwah secara otomatis adalah siapa saja yang memiliki aktivitas dengan kegiatan ekonomi syariah. Hal ini bisa dari bank syariah, BMT dan koperasi syariah.

Di dalam lingkaran aktivitas ekonomi dan perdagangan, ilmu fikih muamalah menjadi materi dakwah yang tidak dapat ditinggalkan oleh seorang dai. Pengetahuan fikih muamalah akan sangat relevan jika melihat realitas perkembangan ekonomi syariah sekarang ini, dimana lembaga keuangan syariah yang berdiri tersebar di seluruh penjuru negeri. Apalagi jika melihat pangsa pasar masyarakat Muslim yang sedikit banyak tentu akan memihak pada system yang berdasarkan prinsip syariah.

Kelima, Stratifikasi dan mengenal sasaran dakwah. Artinya dakwah disesuaikan dengan kondisi sasaran dakwah secara ekonomi,

pendidikan dan golongan.²⁴ Dalam hal ini, sama seperti penjelasan sebelumnya, ada keterkaitan erat antara materi dengan obyek dakwah yang dihadapi. Dalam fikih muamalah, stratifikasi ini terlihat dari perbedaan aturan mengenai ketentuan orang kaya dengan orang yang miskin, orang yang berhutang dengan yang berpiutang. Di satu sisi, Islam menganjurkan orang kaya atau berpiutang untuk membantu dan bahkan membebaskan tanggungan yang berhutang, tetapi di lain sisi, si peminjam diwajibkan untuk membayar hutangnya. Saking seriusnya persoalan hutang yang tidak diselesaikan, diriwayatkan bahwa Nabi tidak mau menyalati seorang sahabat yang meninggal karena belum melunasi hutangnya. Tema persoalan yang muncul mungkin sama tetapi ketika kondisi obyek atau sasaran dakwah berbeda, maka perlakuannya mengalami perbedaan pula. Satu contoh konkrit adalah kenapa wahyu turun secara bertahap dengan menyelesaikan satu persoalan tertentu. Bukannya Allah yang Maha Kuasa mampu untuk menciptakan suatu syariat lengkap meski persoalannya belum terjadi. Hal tersebut menjadi pelajaran penting bagi umatNya bahwa dalam melakukan dakwah, hendaknya mengenal obyek dakwah dengan baik.

Keenam, mengembangkan dan mensejahterakan masyarakat. Dakwah era modern ini mengharuskan dai untuk dapat memperhatikan kebutuhan primer sasaran dakwah seperti sandang, papan, pangan dan pendidikan.²⁵ Selain itu, dakwah dituntut turut andil dalam proses pengembangan masyarakat yang ditandai dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi meliputi pendapatan, produktivitas, pemodalan dan kesempatan kerja (*the growth strategy*), memperbaiki kesejahteraan dengan budaya mandiri (*welfare strategy*). Terkait hal ini, fikih muamalah tentu memiliki peranan penting dalam proses penyejahteraan masyarakat ini. Karena persoalan yang menjadi kajian fikih muamalah terkait dengan kegiatan ekonomi, dan tidak sedikit pula produk lembaga keuangan syariah yang menyalurkan

²⁴ Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual...*, hlm. 79.

²⁵ Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual...*, hlm. 81.

pembiayaannya kepada masyarakat luas, maka proses untuk menyejahterakan masyarakat sebenarnya sudah terpenuhi. Segala bentuk penyaluran dana yang dapat dimanfaatkan nasabah melalui pembiayaan syariah merupakan contoh nyata bahwa dakwah yang memihak pada pengembangan dan kesejahteraan manusia sudah dijalankan.

Ketujuh, Media Dakwah Modern. Salah satu unsur terpenting dalam proses dakwah selain dai, masyarakat dan materi adalah sarana (*wasilah*) yang dipakai dalam berdakwah. *Wasilah* ini meliputi lisan (retorika verbal), tulisan dan lukisan (*bi all-kitabah*), akhlak (*bi al-hal*) dan media dakwah modern yang senantiasa berkembang. *Wasilah* lisan ini dilakukan dengan lidah atau suara seperti khotbah, pidato, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasihat, ramah-tamah dalam anjang sana dan interaksi bebas dalam kesempatan tertentu.. Sedangkan dakwah dengan tulisan dilakukan dengan media teks misalnya, buku, majalah, surat kabar, buletin, pamflet, pengumuman tertulis dan spanduk. Sedangkan maksud dari media dakwah modern adalah proses dakwah yang dilakukan dengan memanfaatkan sarana teknologi informasi yang berkembang seperti website, audio visual, *teleconference*, dan sarana komunikasi modern lainnya. Semua ini tentunya telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam perkembangan ekonomi syariah di tanah air.

E. Penutup

Konsep dakwah Islam dalam perjalanannya mengalami kontekstualisasi model tetapi ruh dan semangat yang melandasinya tetap sama sejak turunnya syariat Islam hingga saat ini. Kontekstualisasi model ini disebabkan oleh perubahan kondisi alamiah setiap unsur yang menjadi bagian tak terpisahkan dalam dakwah itu sendiri. Unsur ini meliputi penyeru atau dai yang diseru, masyarakat, materi, dan media dakwah yang dipakai. Dalam konteks perkembangan ekonomi syariah, unsur-unsur dakwah di atas secara

otomatis menyesuaikan dengan konteks yang dihadapinya, yakni aktivitas bisnis, para praktisi, lembaga keuangan, dan juga nasabah yang berperan serta sebagai user.

Sejalan dengan hal ini, disiplin ilmu fikih mumalah menjadi bagian tak terpisahkan manakala aktivitas bisnis sebagai lahan diskursusnya menjadi penting di tengah kehidupan masyarakat modern. Nilai-nilai yang diajarkan dalam fikih muamalah juga sejalan dengan spirit pengembangan dan pembangunan umat yang dicita-citakan dalam dakwah Islam (*rahmah li al-'alamin*). Prinsip utama dalam dakwah Islam adalah adanya komunikasi dengan cara hikmah, *mau'idh bihsanah* dan *mujadalah* (argumentasi) yang lebih baik. Maka dalam konteks ini, fikih muamalah memiliki relevansi kaitannya dengan perkembangan dakwah Islam di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Alquranul Karim.
- Anshari, Endang Saifuddin. 2004. *Wawasan Islam. Pokok-Pokok Pikiran tentang Paradigma dan Sistem Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Asmaya, Enung. *Aa Gym. Dai Sejuk Dalam Masyarakat Majemuk*. 2003. Jakarta: Hikmah.
- Aziz. Moh. Ali, Rr. Suhartini. dan A. Halim ed. *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat: Paradigma Aksi Metodologi*. 2005. Yogyakarta: LKiS.
- Hafidhuddin, Didin. 1998. *Dakwah Aktual*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hamzah, Muchotob. *Tafsir Maudhu'i al-Muntaba*. 2004. Yogyakarta: LKiS.
- Ridla, Muhammad Rasyid. "Perencanaan dalam Dakwah Islam". *Jurnal Dakwah*. Vol.IX no.
- Romli, Asep Syamsul M.. 2013. *Komunikasi Dakwah : Pendekatan Praktis*.
- Suyuti, As. *Al-Asybah wa an-Nazhir*. 1997. Riyadh: Maktabah Nazzar al-Baz.
- Yazid, Afandi M.. 2009. *Fiqh Mumalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Logung Pustaka.
- Zuhaili, Wahbah Az-. 2006. *Al-Mu'amalat al-Makkiyah al-Mu'asirah*. Damaskus: Dar al-Fikr.