

Etika Bisnis Pedagang Muslim Perspektif Islam

Bambang Priyowahono

STIES Darul Huda Mesuji Lampung

bambangpriyowahono@gmail.com

Abstract

This research aims to find out how Islamic business ethics are implemented in the Bujung Buring Mesuji market. The aim of this research is to find out how Islamic business ethics and how they are implemented in the Bujung Buring Mesuji market so that later it is hoped that the results of this research resume can be used as a summary framework or model for business actors in other markets. The research carried out is in the form of descriptive using observational studies and interviews. Results shows that the Muslim traders at the Bujung Buring Mesuji market who were used as informants have implemented the principles of Islamic business ethics including; provide good service, be honest and patient, be responsible, and set prices fairly. Traders also always obey the regulations made by the Bujung Buring market manager.

Kata kunci

Islamic Business Ethics, Muslim Traders, Bujung Buring Market

A. Pendahuluan

Dengan penerapan sistem ekonomi baru di setiap negara, ilmu ekonomi saat ini semakin berkembang. Perekonomian ini harus diterapkan dengan tanggung jawab dan kewajiban yang seimbang untuk kelestarian dan kesetaraan seluruh manusia. Selain itu, dianggap perlu untuk meningkatkan penerapan etika dalam pelaksanaan perekonomian. Ini didasarkan pada kenyataan bahwa etika bisnis telah menjadi subjek diskusi di Amerika Serikat sejak tahun 1980'an, sebelum akhirnya menyebar ke seluruh dunia. Perubahan dalam politik, ekonomi, sosial, dan teknologi, serta perubahan dalam sikap dan perspektif stakeholder, memengaruhi bisnis. Bisnis harus mempertimbangkan semua faktor yang mempengaruhi pencapaian tujuan terbatasnya—maksimalisasi nilai ekonomi bagi pemiliknya. Ini berlaku bahkan jika tujuan bisnis dipandang secara sempit.

Dengan menghalalkan segala cara seperti penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap, dan perbuatan batil lainnya, agama tidak membiarkan seseorang bekerja sesuka hatinya untuk mencapai tujuannya. Namun, dalam Islam, ada batasan yang membedakan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan, apa yang benar dan salah, dan apa yang halal dan haram. Garis-garis ini dikenal sebagai etika. Nilai moral atau etika bisnis juga mempengaruhi tindakan bisnis atau perdagangan. Sangat penting bagi para bisnis untuk memasukkan aspek moral ke dalam organisasi mereka.

Sang Pencipta memang telah menetapkan aturan dan batasan dalam melakukan transaksi bisnis, sebagaimana disebutkan dalam Al-Quran surat an-Nisa ayat 29. Terjemahan ayat tersebut adalah:

“Dan ukurlah dengan penuh ketika kamu mengukur, dan timbanglah dengan timbangan yang rata. . Itu bagus [yang terbaik] dan hasilnya lebih baik.” Berikut ini selengkapnya firman Allah SWT, yang artinya; “Sempurnakan takaranmu dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang menimbulkan kerugian, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, dan janganlah kamu merugikan hak-hak manusia, dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan” **(QS, Ash Syu’araa: 181- 183).**

Nasehat dalam bait tersebut dapat diterapkan pada seluruh umat manusia, namun memiliki makna khusus bagi para pebisnis: kejujuran harus dijunjung tinggi dalam semua urusan perdagangan mereka. Misalnya, demonstrasi penipuan (komersial) yang umum terlihat melalui ketidaksesuaian yang ditemukan selama proses penimbangan, pengukuran, atau penghitungan barang.

Prinsip-prinsip Islam tidak mengizinkan pengikutnya melakukan pekerjaan apa pun hanya untuk mendapatkan uang melalui cara-cara yang melanggar hukum—termasuk penipuan, kecurangan, sumpah palsu, atau segala bentuk kepalsuan lainnya. Padahal Islam memberi mereka batasan yang jelas antara apa yang boleh dan apa yang tidak boleh dalam mencari rezeki seumur hidup. Hal ini juga menggarisbawahi hal-hal yang bermanfaat secara umum dengan menekankan unsur-unsur seperti persetujuan bersama tanpa adanya unsur paksaan dalam transaksi perdagangan; dimana kedua belah pihak harus merasa puas dan tidak dirugikan setelah transaksi terjadi. Segala jalan yang mengarah pada keuntungan bersama antara individu-individu yang telah menyepakatinya dengan sukarela dan adil adalah dibenarkan. Prinsip ini telah ditegaskan oleh Allah SWT melalui firman-Nya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengonsumsi harta orang lain dengan cara yang salah, kecuali dengan cara komersial yang sah dan disepakati bersama di antara kamu. Dan janganlah kamu bunuh diri; sesungguhnya Allah Maha Penyayang terhadap kamu.” **(QS, An-nisa: 29).**

Ayat ini mengatur dua syarat agar perdagangan dapat berlangsung: Perdagangan harus dilakukan atas dasar kemauan bersama kedua belah pihak. Ayat ini juga memberitahu kita bahwa setiap orang tidak boleh merugikan orang lain demi keuntungannya sendiri. Oleh karena itu, selain mencari keuntungan, kegiatan mereka juga bertujuan untuk mencapai kesejahteraan komersial. Kesejahteraan komersial adalah memperoleh kemaslahatan di dunia dan akhirat.

Menurut Syabini dan Haryadi, keadaan yang terjadi saat ini di kalangan umat Islam adalah masih adanya pengabaian terhadap etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, misalnya masih terdapat pengusaha yang umumnya tidak jujur, curang, curang, dan lain-lain¹.

Dari masa lalu hingga perkembangan saat ini, manusia dituntut untuk terus berusaha menerapkan etika bisnis dengan benar dalam kehidupan bermasyarakat. Salah satunya adalah dengan menekankan nilai-nilai moral seperti kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam bertransaksi di pasar tradisional. Penerapan nilai-nilai akhlak tersebut dalam pasar merupakan tanggung jawab setiap pelaku pasar dan bagi seorang muslim nilai-nilai tersebut mencerminkan keimanannya kepada Allah SWT. Berdasarkan gambaran maraknya penipuan di pasar tradisional yang dijelaskan pada latar belakang di atas, maka penelitian ini bermula dari rasa ingin tahu yang mendalam tentang perilaku atau etika bisnis pedagang muslim dalam melakukan kegiatan usaha di Pasar Bujung Buring Mesuji. Sehari-harinya seperti bagaimana cara mendapatkan keuntungan saat melayani pembeli, dan memahami etika bisnis yang baik untuk mencapai tujuan perdagangannya mencapai hasil yang diinginkan. Oleh karena itu dengan mengkaji permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk mendalami bagaimana penerapan etika bisnis pedagang muslim di Pasar Bujung Buring Mesuji.

B. Pembahasan

1. Kajian teori

a. Pengertian Etika Bisnis

Menurut etika bisnis Islam, laba yang diizinkan harus sesuai dengan hukum nasional dan syariah yang berlaku, dan tingkat laba tidak boleh berdampak pada eksploitasi, gangguan pasar, atau kejahatan. Oleh karena itu, penetapan harga yang berlebihan yang menyebabkan kerusakan masyarakat jelas tidak diperbolehkan².

Menurut etika bisnis Islam, etika harus mengatur setiap aktivitas ekonomi, bukan sebaliknya³. Lewis Berpendapat bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam harus tercermin dalam setiap aspek kegiatan bisnis sesuai dengan nilai moralitas dan spiritualitas agar dapat meningkatkan pandangan

¹ Syarbini Amirulloh dan Haryadi J. *Muhammad Sebagai Bisnisan Ulung*, PT Elex Media Komputindo Kompas-Gramedia, Jakarta. 2011. hlm.13

² Basah, MYA, and MM Yusuf "Islamic Bank and Corporate Social Responsibility (CSR)." *European Journal of Business and Management*, 5(11): 2013

³ Naqvi SNH. *Ethics and Economics-An Islamic Synthesis*. Leicester: The Islamic Foundation. 1981

hidup Islami.⁴ Menurut Haniffa dan Hudaib, jasa keuangan syariah harus menjunjung tinggi nilai etika bisnis Islam karena memiliki filosofi bertingkah laku etis yang berusaha mendorong keadilan dan kesejahteraan di masyarakat dan mencari ridho Ilahi⁵. Menurut Obaidullah, hukum syariah harus diterapkan pada setiap transaksi bisnis yang berbasis pada prinsip etika bisnis Islam.⁶

Menurut Hamzah dan Hafied, tujuan mempelajari etika adalah untuk mempelajari pengalaman manusia, seperti kemampuan manusia untuk membedakan antara yang baik dan yang buruk serta rasa wajib untuk melakukan tindakan tertentu. Jika manusia ingin hidup secara manusiawi, dia harus memenuhi kewajiban dan tuntutan. Dalam situasi ini, orang dihadapkan pada keputusan tentang apa yang seharusnya atau seharusnya mereka lakukan, apa yang tidak seharusnya mereka lakukan, dan apa yang boleh atau tidak boleh mereka lakukan.⁷

b. Fungsi dan Peranan Etika Bisnis

Menurut, apabila seseorang taat pada etika, mereka cenderung berperilaku baik dalam semua aktivitas atau tindakan mereka, termasuk dalam aktivitas bisnis. Jadi, peran etika sangat penting untuk keberhasilan bisnis karena pelaku bisnis harus berkomitmen untuk mengikuti prinsip dan standar etika dalam berinteraksi, berperilaku, dan berhubungan untuk mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Bisnis dalam pandangan Islam termasuk ibadah, jadi agar bisnis kita selalu memiliki nilai ibadah, bisnis kita harus dilandasi oleh etika yang sesuai dengan syariat yang ditetapkan Allah SWT melalui Al-Qur'an dan sunah Rasulullah SAW.

c. Prinsip Etika Dalam Bisnis Islam

Dalam buku Etika Bisnis Islami, beberapa prinsip etika bisnis Islam digariskan, antara lain:

1. Kesatuan, atau tauhid, dimaksudkan bahwa sumber utama etika bisnis Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Allah SWT. Hal ini secara khusus menunjukkan dimensi vertikal Islam yang

⁴ Lewis MK, Algaoud ML. *Islamic Banking. United States: Elgar Monographs*. 2001

⁵ Haniffa, Oszaini; and Hudaib, Mohammad, "Exploring the Ethical Identity of Islamic Banks via Communication in Annual Reports". *Journal of Business Ethics*, 76:97–116. 2007

⁶ Hamzah Yaksan, Islamic Economics Research Center, Occasional Paper 158. Jeddah: King Hafied Hamzah. *Etika Bisnis Islami*, Cet 1. Kretakupa Print, Makassar. 2014

⁷ Hamzah Yaksan, Islamic Economics Research Center, Occasional Paper 158. Jeddah: King Hafied Hamzah. *Etika Bisnis Islami*, Cet 1. Kretakupa Print, Makassar. 2014

menghubungkan institusi sosial yang terbatas dan tidak sempurna dengan dzat yang sempurna dan tak terbatas. Hubungan vertikal ini menunjukkan penyerahan diri manusia sepenuhnya dan tanpa syarat kepada Allah SWT, dengan menyerahkan keinginan, tujuan, dan tindakan mereka kepada perintah-Nya.

2. Keseimbangan, yang menunjukkan dimensi horizontal dalam keyakinan Islam dan berkaitan dengan harmoni seluruh alam semesta. Prinsip ini lebih menggambarkan dimensi horizontal kehidupan pribadi karena memiliki hubungan yang lebih baik dengan sesama manusia, yang mengandung ajaran keadilan, yang merupakan prinsip dasar yang harus dipegang oleh setiap orang dalam hidupnya⁸.

3. Kehendak Bebas: Dalam Islam, kehendak bebas dan berlaku bebas harus didasarkan pada aturan syariah. Tidak diperbolehkan berkompetisi dengan cara yang kotor yang dapat merugikan sesama pelaku bisnis dan konsumen. Konsep kehendak bebas dalam aktivitas bisnis mengarah pada kebaikan setiap kepentingan, dengan asumsi bahwa kehendak bebas tidak merenggut hak dan kewajiban setiap individu.

4. Tanggung Jawab: Kebebasan tanpa batas tidak mungkin dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan; manusia harus bertanggung jawab atas tindakannya sendiri. Prinsip ini secara logis terkait erat dengan kehendak bebas karena menetapkan batasan atas kehendak bebas manusia dan tanggung jawab atas semua yang mereka lakukan.

5. Kebenaran (Kejujuran dan Kebajikan): Dalam hal ini, kebenaran tidak hanya berarti benar lawan kesalahan, tetapi juga memiliki dua komponen, yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam bisnis, kebenaran didefinisikan sebagai niat, sikap, dan perilaku yang benar. Ini mencakup proses akad (transaksi), mencari atau memperoleh komoditas pengembangan, dan upaya untuk memperoleh atau menetapkan keuntungan. Karena kebenaran ini, etika bisnis Islam sangat berguna untuk mencegah kerugian bagi pihak yang melakukan transaksi, kerja sama, atau perjanjian bisnis.

2. Metode Penelitian

⁸Muhammad. *Etika Bisnis Islami*, UPP AMP YKPN. Yogyakarta.2004

Jenis penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, yaitu penelitian yang berkaitan langsung dengan subjek penelitian yaitu para pedagang muslim di Pasar Bujung Buring Mesuji. Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan dilakukan melalui analisis deskriptif, yaitu penjelasan praktis tentang perilaku pedagang muslim di Pasar Bujung Buring Mesuji. Penelitian deskriptif ini dipilih karena peneliti ingin memperoleh gambaran langsung mengenai para pedagang muslim di Pasar Bujung Buring Mesuji.

Pedagang Muslim di pasar Bujung Buring Mesuji adalah informan yang dipilih dalam penelitian ini. Karena tidak semua informan atau sampel dalam penelitian memenuhi kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti, teknik non-probabilitas digunakan untuk memilih informan. Oleh karena itu, peneliti memilih teknik sampling purposive, yang menetapkan standar dan pertimbangan. Dalam penyelidikan ini, peneliti menggunakan informan berdasarkan jenis barang yang diperdagangkan: sembako, sayur-sayuran, buah-buahan, ikan, ayam, makanan, pakaian, telur, dan perabotan. Penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara bebas, observasi, dan dokumentasi.

3. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

a) Analisis Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Bujung Buring Mesuji

Semua informasi yang dikumpulkan dari wawancara dan observasi tentang etika bisnis pedagang Muslim di pasar Ijabah Samarinda menunjukkan bahwa mereka menjunjung tinggi etika bisnis saat berdagang. Hal ini ditunjukkan dengan adanya hasil observasi yang menghasilkan etika bisnis pedagang Muslim Pasar Bujung Buring Mesuji yang ditandai dengan adanya sikap jujur, sabar, tanggung jawab, menetapkan harga yang sesuai serta memberikan pelayanan dengan baik.

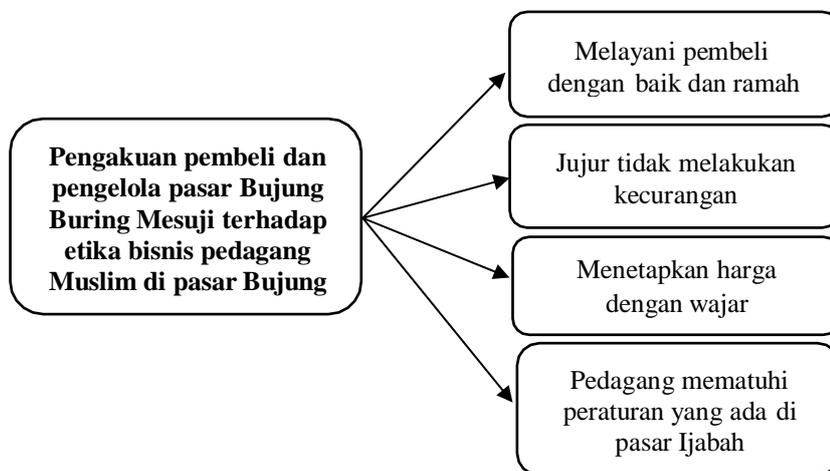
Etika bisnis pedagang Muslim di pasar Bujung Buring Mesuji didasarkan pada prinsip-prinsip yang sangat baik dari etika bisnis Islam. Prinsip-prinsip ini termasuk memberikan pelayanan yang baik, jujur, sabar, tanggung jawab, dan menetapkan harga yang wajar. Dapat diambil kesimpulan bahwa informan pedagang memiliki pandangan yang positif.

b) Analisis Hasil Wawancara dengan Pembeli dan Pengelola UPTD Pasar Bujung Buring Mesuji Tentang Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Bujung Buring Mesuji

Hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa pembeli di pasar

bujung Buring Mesuji menunjukkan bahwa pedagang biasanya baik dan ramah. Dalam hal kecurangan dan penetapan harga pedagang, pembeli mengatakan bahwa mereka tidak pernah mengalami kecurangan, seperti kecurangan dalam timbangan dan menyembunyikan cacat pada barang. Pedagang di pasar Bujung Buring Mesuji menunjukkan barang mereka dengan jelas. Pedagang menetapkan harga wajar berdasarkan pembeli dan biasanya memberi tahu pembeli jika harga naik. Pembeli merasa senang berbelanja di pasar Ijabah dan yakin mereka akan kembali untuk berbelanja di sana lagi. Ini juga akan membantu para pedagang yang baik, jujur, dan ramah menghasilkan lebih banyak uang.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh pengelola UPTD pasar Bujung Buring Mesuji kemudian menunjukkan bahwa pedagang biasanya mematuhi peraturan yang dibuat oleh pengelola pasar saat berdagang. Selain itu, tidak ada keluhan dari pembeli, laporan tentang kecurangan, atau bukti bahwa pedagang melakukan kecurangan. Bahkan seperti yang dijelaskan oleh ketua pengelola pasar, pasar Bujung Buring Mesuji pernah diberi penghargaan untuk kesesuaian timbangan. Gambar berikut menunjukkan hasil dari wawancara yang melibatkan pembeli dan ketua pengelola pasar Bujung Buring Mesuji mengenai etika bisnis pedagang Muslim:



Gambar 3.1. Pandangan Pembeli dan Pengelola Pasar Bujung Buring Mesuji Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Bujung Buring Mesuji

Ketua pengelola pasar Bujung Buring, yang menjelaskan pertanyaan yang diberikan peneliti kepada pembeli, menyatakan bahwa etika bisnis pedagang Muslim di pasar Bujung Buring adalah sebagai berikut: melayani pembeli dengan baik dan ramah; menjadi jujur dan tidak menipu; menetapkan harga yang wajar; dan mematuhi paeraturan yang ada di pasar Bujung Buring.

Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa etika bisnis pedagang Muslim di pasar Bujung Buring Mesuji, di mana mereka mencerminkan etika bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan kegiatan perdagangan mereka, terlihat dari pernyataan dan pengamatan yang dilakukan langsung oleh peneliti serta pernyataan pembeli dan pengelola pasar Bujung Buring di mana pedagang Muslim menjalankan bisnis mereka. Menurut temuan penelitian tentang etika bisnis pedagang Muslim di pasar Bujung Buring, pedagang telah mengadopsi prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai dasar bisnis mereka.

Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam etika bisnis Islam, seperti yang ditunjukkan oleh teori yang dikembangkan oleh bekum pada tahun 2004. Teori ini terdiri dari lima prinsip utama. Yang pertama adalah tauhid, yang berarti bahwa seseorang harus memulai bisnis dengan niat yang baik dan berusaha menghindari kecurangan dan kecurangan dalam berbisnis, karena mereka yakin bahwa Allah SWT akan selalu mengawasi mereka di setiap aktivitas bisnis mereka. Kedua, salah satu prinsip dasar yang harus dipegang oleh pedagang adalah prinsip keseimbangan. Prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara adil menurut standar yang rasional, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam situasi apapun, termasuk dalam transaksi jual beli, setiap orang berhak untuk diperlakukan secara adil. Ketiga, kehendak bebas adalah ketika penjual memberi pembeli kebebasan untuk memilih kualitas produk atau harga. Tidak menghilangkan hak dan kewajiban pembeli secara keseluruhan. Keempat, Tanggung Jawab: Pedagang bertanggung jawab atas kualitas produk yang dijualnya atau menjaga kualitas barang dagangannya dengan baik, serta menanggapi keluhan.

Dari pelanggan yang baik. Kelima, Kebenaran (Kejujuran dan Kebajikan) adalah prinsip yang mengajarkan seorang pedagang dalam menjalankan aktivitas dagangannya untuk dapat memberikan manfaat kepada orang lain. Mereka menerapkan prinsip kejujuran dalam menakar dan menimbang, dan kebajikan ditandai dengan memiliki sikap ramah-tamah terhadap pembeli.

Meskipun pedagang Muslim di pasar Bujung Buring Mesuji telah mematuhi peraturan etika bisnis, peneliti menemukan bahwa banyak pedagang tetap menggunakan kantong plastik sekali pakai yang tidak ramah lingkungan untuk membungkus barang pembeli. Ini karena kantong plastik ini tidak mudah terurai atau hancur. Penggunaan berlebihan kantong plastik dan kebiasaan masyarakat

membuang sampah sembarangan menyebabkan jumlah sampah plastik yang besar, yang berdampak buruk pada lingkungan. Ini merupakan tanggung jawab bersama dari berbagai pihak yang memiliki kepentingan, termasuk pengelola pasar dan pedagang di pasar Bujung Buring Mesuji.

C. KESIMPULAN

Hasil penelitian dan diskusi tentang etika bisnis pedagang Muslim di pasar Bujung Buring dapat digunakan untuk membuat kesimpulan tentang etika bisnis dari sudut pandang Islam. Penelitian tersebut melibatkan para pedagang Muslim sebagai informan dan memperkuat keyakinan pembeli dan manajer pasar. menunjukkan bahwa para pedagang Muslim di pasar Bujung Buring yang dipekerjakan sebagai informan telah menerapkan etika bisnis yang diajarkan agama Islam dalam bisnis mereka setiap hari.

Prinsip-prinsip ini adalah sebagai berikut: Prinsip kesatuan, atau tauhid, diwujudkan oleh pedagang dengan tidak melakukan kecurangan dan sabar; Prinsip keseimbangan, yang diwujudkan dengan menetapkan harga yang wajar kepada pembeli; Prinsip kehendak bebas, yang diwujudkan dengan pedagang memberikan kebebasan kepada pembeli dalam hal tawar-menawar harga dan memberikan kesempatan kepada pembeli untuk memilih sendiri kualitas barang yang ingin mereka beli; dan Prinsip Tanggung jawab pedagang untuk menjaga kualitas barang yang mereka jual

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Fitri. "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil." *Jurnal Aliqtishad* 6, no.1, 2022.
- Basah, MYA, and MM Yusuf "Islamic Bank and Corporate Social Responsibility (CSR)." *European Journal of Business and Management*, 5(11): 2013
- Hamzah Yaksan,
Islamic Economics Research Center, Occasional Paper 158. Jeddah: King Hafied Hamzah. *Etika Bisnis Islami*, Cet 1. Kretakupa Print, Makassar. 2014
- Haniffa, Oszaini; and Hudaib, Mohammad, "Exploring the Ethical Identity of Islamic Banks via Communication in Annual Reports". *Journal of Business Ethics*, 76:97–116. 2007
- Lewis MK, Algaoud ML. *Islamic Banking. United States: Elgar Monographs*. 2001
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*, UPP AMP YKPN. Yogyakarta. 2004
- Naqvi SNH. *Ethics and Economics-An Islamic Synthesis*. Leicester: The Islamic Foundation. 1981
- Obaidullah, M. "Islamic Financial Services". Abdulaziz University. 2005
- Putritama. Afrida, Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah, *Jurnal Nominal* ,VII, no.1, 2018

Syarbini Amirulloh dan Haryadi J.*Muhammad Sebagai Bisnisan Ulung*, PT Elex Media Komputindo Kompas-Gramedia, Jakarta.2011.