

ETIKA BISNIS PEDAGANG MUSLIM DI PASAR SENTRAL GORONTALO PERSPEKTIF HUKUM BISNIS ISLAM

Rizal Darwis

Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo

rizaldarwis@iaingorontalo.ac.id

Abstract

Ethics are the standard value which serves as a guideline for social activities. Ethical behavior in business is very important to achieve long-term success in a business. This study examines how business practices and ethics are conducted by Muslim traders in Gorontalo Central Market under Islamic business law perspective. This research is field research with qualitative method. The approach used was Islamic business law approach and sociology-economic approach. Data was collected through documentation, observation, interviews, and questionnaires. Sampling technique was based on a random sampling of 175 traders with 883 populations. The data obtained was processed and analyzed by qualitative descriptive. The results indicated that Muslim traders in Central Market of Gorontalo are still prone to cheating. Ethical issues in business according to Islamic law have not become an appropriate guide

Keywords: Islamic Business Ethics, the Muslim Traders, Gorontalo

Abstrak

Etika merupakan standar-stadar nilai yang menjadi pedoman dalam melakukan aktifitas sosial. Perilaku etik dalam berbisnis sangat penting diperlukan untuk mencapai sukses jangka panjang dalam sebuah bisnis. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana praktik dan etika bisnis yang dilakukan oleh pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo perspektif hukum bisnis Islam. Penelitian ini berjenis penelitian lapangan dengan metode kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan hukum bisnis Islam dan pendekatan sosiologi-ekonomi. Pengumpulan data melalui studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan angket. Jumlah populasi sebanyak 883 pedagang dan dipilih secara acak sebagai sampel sebanyak 175 pedagang. Data yang diperoleh diolah dan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan para pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo dalam berbisnis masih rawan terjadinya kecurangan. Persoalan etika dalam berbisnis sesuai syariat Islam belum menjadi pedoman dalam berbisnis.

Kata Kunci: Hukum Bisnis Islam, Pedagang Muslim, Gorontalo

A. PENDAHULUAN

Islam menempatkan nilai etika pada posisi yang tinggi, di mana sejarah Islam telah mencatat bahwa Islam melalui Rasulullah saw. datang dengan membawa misi memperbaiki moral dan etika kehidupan manusia. Hal ini tergambar dalam hadis Rasulullah saw. *"innama buitstu liutammima shaliha al-akhlak"* (sesungguhnya Aku diutus hanya untuk menyempurnakan kesalehan akhlak).¹ Dalam Islam, makna etika dekat dengan makna akhlak. Etika atau akhlak sebagai cerminan kepercayaan terhadap ajaran yang bersumber dari Alquran dan hadis Rasulullah saw.

Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam aktifitas perekonomian (bisnis). Melalui Alquran diberikan petunjuk agar dalam berbisnis tercipta hubungan yang saling rela, saling harmonis, tidak ada unsur eksploitasi (QS al-Nisa/4: 29), bebas dari penipuan, melakukan pencatatan dalam transaksi (QS al-Baqarah/2: 282). Nilai-nilai etika Islam dalam aktifitas bisnis merujuk kepada Alquran dan hadis bertumpu pada enam prinsip, yaitu: kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.

Etika bisnis Islam dianggap penting untuk mengembalikan moralitas dan spiritualitas ke dalam dunia bisnis. Hanya institusi atau perusahaan yang menerapkan standar etika, yang terbukti lebih sukses dalam jangka panjang. Hal ini tidak lain disebabkan karena etika bisnis mampu menciptakan reputasi yang bisa dijadikan sebagai keunggulan bersaing, dan produk yang bagus mudah ditiru, tetapi reputasi sebagai hasil dari penerapan etika akan sangat sulit untuk ditandingi. Etika dapat didefinisikan sebagai satu usaha sistematis dengan menggunakan akal untuk memaknai individu atau sosial kita, pengalaman moral, dimana dengan cara itu dapat menentukan peran yang akan mengatur tindakan manusia dan nilai yang bermanfaat dalam kehidupan.² Kadangkala, etika disinonimkan dengan moralitas. Sebuah tindakan yang secara moral dianggap benar disebut tindakan yang etis. Moralitas merupakan suatu tindakan normatif dan model yang tercermin dalam tingkah laku manusia.

¹Abi Abdullah Ahmad bin Muhammad bin Hanbal al-Syaibany al-Marwazy, *Musnad Ahmad bin Hanbal*, Juz 18 (Bairut: Dar al-Fikr, t.th.), h. 137.

²Taha Jabir al-Alwani, *Bisnis Islam* (Yogyakarta: AK Group, 2005), h. 5.

Secara umum etika bisnis merupakan penerapan nilai-nilai atau standar-standar moral dalam kebijakan, kelembagaan dan perilaku bisnis yang diterapkan untuk meningkatkan *good will* yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan. Dengan kata lain, etika bisnis sebagai salah satu dari disiplin ilmu yang berhubungan dengan persoalan-persoalan perilaku bisnis dalam berbagai konteksnya, sekaligus menawarkan seperangkat nilai bisnis, agar dapat menjembatani persoalan-persoalan yang melingkupinya dengan tanpa menyimpang dari hakikat perdagangan dan nilai-nilai kemanusiaan.

Bagi sebagian kalangan bisnis diartikan sebagai aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari keuntungan semata. Aktivitas bisnis dimaksudkan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, karena itu cara apapun boleh dilakukan demi meraih tujuan tersebut. Walaupun cara-cara yang digunakan mengakibatkan kerugian bagi pihak lain, tetapi bila menguntungkan bagi pelaku bisnis atau perusahaannya, maka dianggap sebagai pilihan bisnis.

Prinsip-prinsip etika bisnis menurut Alquran, yaitu melarang bisnis yang dilakukan dengan cara kebatilan, bisnis tidak boleh mengandung unsur riba, kegiatan bisnis juga memiliki fungsi sosial baik melalui zakat dan sedekah, melarang mengurangi hak atas suatu barang atau komoditas yang didapat atau diproses dengan media takaran atau timbangan karena merupakan bentuk kezaliman, menjunjung tinggi nilai-nilai keseimbangan baik ekonomi maupun sosial, keselamatan dan kebaikan, serta tidak menyetujui kerusakan dan ketidakadilan, dan perilaku bisnis dilarang berbuat zalim (curang), baik dirinya sendiri maupun juga kepada pelaku bisnis yang lain.³

Yusuf Qardhawi memberikan patokan tentang norma-norma atau nilai-nilai syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan. Pada dasarnya, Islam menganut prinsip kebebasan terikat, yaitu kebebasan berdasarkan keadilan, undang-undang agama dan etika. Di dalam peraturan sirkulasi atau perdagangan Islami terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih.⁴

³Fauroni dan Lukman, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an* (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), h. 15.

⁴Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 56

Bisnis dan etika bukan merupakan dua bangunan yang terpisah, melainkan satu kesatuan struktur. Dalam keterpaduan tersebut, Islam memberikan bangunan paradigma etika dalam berbisnis, yakni bisnis yang dibangun di atas nilai-nilai aksioma; kesatuan (*tauhid*), kehendak bebas (*ikhtiyar*), keseimbangan/kesejahteraan (*al-adl wa al-ihsan*), tanggung jawab (*fardh*).⁵

Salah satu tempat atau obyek pentingnya penerapan etika bisnis adalah pasar, termasuk didalamnya pasar tradisional. Pasar adalah tempat bertemunya antara pembeli dan penjual dengan berbagai macam karakter. Pentingnya pasar sebagai wadah aktifitas tempat jual beli tidak hanya dilihat dari fungsinya secara fisik, namun aturan, norma dan yang terkait dengan masalah pasar. Dengan fungsi di atas, pasar jadi rentan dengan sejumlah kecurangan dan juga perbuatan ketidakadilan yang menzalimi pihak lain. Oleh karena peran penting pasar dan juga rentan dengan hal-hal yang zalim, maka pasar tidak bisa terlepas dengan sejumlah aturan syariat, yang antara lain terkait dengan pembentukan harga dan terjadinya transaksi di pasar.

Pasar Sentral Gorontalo adalah salah satu pasar yang beroperasi di Kota Gorontalo, yang didirikan pada tahun 1970 dan direnovasi pada tahun 2000. Pasar sentral terletak di pusat Kota Gorontalo yang beralamat di Jalan Setiabudi No. 1 Kelurahan Limba U1 Kecamatan Kota Selatan, Kota Gorontalo. Luas pasar sentral 13.306 m² dan kepemilikannya adalah berada dalam naungan Pemerintah Daerah dan pengelolaan pasar diserahkan pada pengelola pasar.⁶

Pasar Sentral Gorontalo yang mayoritas pedagangnya muslim adalah menjadi lokus penelitian ini tentunya tidak bisa menafikan adanya pelaksanaan etika dalam berbisnis secara Islami. Namun juga tidak bisa dipungkiri dengan berbagai watak dari pelaku bisnis, baik penjual maupun pembeli dapat memicu pula lahirnya ketersinggungan dan ketidaksesuaian dalam mengeksekusi harga barang. Terkadang terjadi perselisihan dan pertengkaran yang hebat akibat masing-masing pihak mempertahankan

⁵Syed Nawad Haidir Navqi, *Islam, Economic and Society*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam* (Cet. 1; Jakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 26.

⁶Pemerintah Kota Gorontalo, *Data Kantor Pengelola Pasar Pemerintah Kota Gorontalo, 2016*.

pendapat yang *notabene*-nya bertolak belakang dengan ketentuan etika bisnis Islam.

Pembahasan tentang etika bisnis telah dilakukan melalui beberapa penelitian. Adapun penelitian-penelitian itu antara lain: penelitian Niken Agustin berjudul *Implementasi Norma-Norma Etika Bisnis Syariah Pada Pamella Swalayan di DIY Ditinjau dari Etika Bisnis Perspektif Al-Ghazali*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Pamella Swalayan dalam menjalankan bisnisnya telah sesuai dengan etika bisnis Islam dengan mengutamakan menjual produk-produk yang baik dan halal. Selain itu penelitian ini mencermati pemikiran etika bisnis menurut Al-Ghazali dengan implementasi nilai-nilai syariah di Pamella Swalayan.⁷

Penelitian Fuad Mas'ud yang berjudul *Konsep Manajemen Bisnis Islam (Studi Prinsip-Prinsip Manajemen Bisnis dalam Al-Qur'an)*. Hasil penelitiannya menunjukkan sains bisnis konvensional dikembangkan berdasarkan pandangan hidup saintifik, metodologi saintifik, serta metode saintifik, sehingga sains manajemen bisnis dipisahkan dari etika dan agama. Sedangkan manajemen bisnis Islam berpedoman pada nilai-nilai ajaran Islam yang terkandung dalam Alquran dan sunnah Rasulullah saw.⁸

Penelitian Hafiz Juliansyah yang berjudul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*. Hasil penelitiannya menunjukkan ada 2 faktor yang mempengaruhi, yaitu: *Pertama*, variabel ihsan, keseimbangan, dan tanggungjawab sebesar 47,140%; *Kedua*, variabel kehendak bebas dan tauhid sebesar 20,095%. Jika kedua faktor tersebut digabungkan, maka nilainya sebesar 67,234%. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah pedagang Pasar Ciputat masih menggunakan prinsip-prinsip etika dalam melakukan bisnisnya.⁹

Mencermati ketiga bentuk penelitian di atas tentunya penelitian ini berbeda, khususnya lokasi penelitiannya. Walaupun dari segi substansi

⁷Niken Agustin, "Implementasi Norma-Norma Etika Bisnis Syariah Pada Pamella Swalayan di DIY Ditinjau dari Etika Bisnis Perspektif Al-Ghazali," *Tesis* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014).

⁸Fuad Mas'ud, "Konsep Manajemen Bisnis Islam (Studi Prinsip-Prinsip Manajemen Bisnis dalam Al-Qur'an)," *Disertasi* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015).

⁹Hafiz Juliansyah, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat," *Skripsi* (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2011).

terkait etika bisnis Islam, namun penelitian ini mencermati pelaksanaan praktik etika bisnis Islam para pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo.

B. RUANG LINGKUP ETIKA DALAM ISLAM

Ruang lingkup etika pada umumnya, yaitu: *Pertama*, agar dapat belajar bagaimana caranya untuk dapat hidup secara lebih baik; dan *Kedua*, agar dapat hendak belajar bagaimana cara berbuat yang betul dan menghindari keburukan.¹⁰ Berdasarkan kedua ruang lingkup ini, maka dalam etika bekerja seseorang harus mengetahui mana bentuk pekerjaan yang baik menurut Islam dan bagaimana cara bekerja yang baik menurut ajaran Islam.

Kaitannya dengan etika kerja (bisnis) dalam Islam setidaknya ada empat pilar etika manajemen bisnis seperti yang dicontohkan Nabi Muhammad saw., yaitu: (1) Tauhid, berarti memandang bahwa segala aset dari transaksi bisnis yang terjadi di dunia adalah milik Allah, manusia hanya mendapatkan amanah untuk mengelolanya; (2) Adil, artinya segala keputusan menyangkut transaksi dengan lawan bisnis atau kesepakatan kerja harus dilandasi dengan akad saling setuju dengan sistem *profit and lost sharing*; (3) Kehendak bebas, artinya manajemen Islam mempersilakan umatnya untuk menumbuhkan kreatifitas dalam melakukan transaksi bisnisnya sepanjang memenuhi asas hukum ekonomi Islam, yaitu halal; dan (4) Pertanggungjawaban, artinya semua keputusan seseorang pimpinan harus dipertanggungjawabkan oleh yang bersangkutan.¹¹

Meskipun konsep-konsep di atas menuntun pelaku bisnis dalam tingkah laku sehari-hari, konsep-konsep tersebut lebih merupakan deskriptif filsafat etika bisnis Islam. Alquran dan sunnah Rasulullah saw. melengkapi konsep-konsep ini dengan merumuskan tingkat keabsahan hukum dalam berbisnis. Dalam melihat perilaku etis seseorang sangatlah penting bagi kaum muslim, baik untuk menghindari hal-hal yang tidak halal maupun menghindari hal-hal yang tidak halal menjadi sesuatu yang halal, dan begitu pula sebaliknya sama.

Menurut Kaelany M. D., dasar-dasar tersebut merupakan prinsip-prinsip umum yang berupa: segala cara usaha pada prinsipnya

¹⁰Ikhsanudin, "Etika Deskriptif, Etika Normatif, dan Pertanggungjawaban Moral," <http://semriwing.wordpress.com/etika/> diakses 30 September 2016.

¹¹Ramadhania, "Etika Bisnis dalam Islam," *Buletin Jumat STAIN Curup*, Terbitan 451/22 Jumadil Akhir 1434 H/03 Mei 2013 M.

diperbolehkan (QS al-Baqarah/2: 29. dan QS Luqman/31: 20), diharamkan berjual beli dan diharamkan riba (QS al-Baqarah/2: 275), hasil pekerjaan kembali kepada yang mengerjakannya, tak ada perbedaan dalam soal ini antara laki-laki dan wanita (QS al-Nisa/4: 32), pemimpin harus dapat mengendalikan distribusi kekayaan dalam masyarakat manakala tidak ada keseimbangan di antara mereka dan yang dipimpinnya (QS al-Hasyr/59: 7), dan haram menganiaya dengan menerjang hak atas harta orang Islam lainnya, sesuai dengan HR al-Tirmidzi, yang artinya: “*Semua muslim atas muslim lainnya, haram darahnya, kehormatannya, dan hartanya.*”¹²

Dengan demikian, secara umum kewajiban seorang muslim untuk bermuamalah dalam kehidupannya adalah untuk bertindak secara etis. Jika pernah melakukan kesalahan dalam bertransaksi sehari-hari, maka dapat mengubahnya dengan etika bisnis yang lebih baik lagi seperti yang disebutkan di atas untuk menghindari terjadinya perbuatan zalim dan merugikan pihak lain serta diridhai oleh Allah swt.

C. LANDASAN NORMATIF BISNIS ISLAM

Kegiatan bisnis dalam kacamata Islam, bukanlah kegiatan yang boleh dilakukan dengan serampangan dan sesuka hati. Islam memberikan pedoman dalam melakukan kegiatan usaha, mengingat pentingnya masalah ini dan banyaknya manusia tergelincir dalam perkara bisnis. Tentunya ada beberapa landasan normatif dalam berbisnis bagi umat muslim, antara lain:

a. Tauhid (Kesatuan)

Tauhid merupakan konsep serba eksklusif dan serba inklusif. Pada tingkat absolut ia membedakan *Khalik* dengan makhluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat kepada kehendak-Nya, tetapi pada eksistensi manusia memberikan suatu prinsip perpaduan yang kuat, sebab seluruh umat manusia dipersatukan dalam ketaatan kepada Allah swt. semata. Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam sekaligus horizontal yang memadukan segi politik, sosial ekonomi kehidupan manusia menjadi kebulatan yang homogen yang konsisten dari dalam dan luas sekaligus terpadu dengan alam luas.¹³

¹²Kaelany H. D., *Islam dan Aspek-Aspek Kemasyarakatan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2000), h. 211-212.

¹³Syed Nawab Haidir Naqvi, *Ethict and Economics: An Islamic Syntesis*, terj. Husin Anis, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami* (Bandung: Mizan, 1993), h. 50-51.

Dari konsepsi ini, Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini, pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnis harus memperhatikan tiga hal, yaitu: *Pertama*, tidak diskriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama (QS al-Hujurat/49): 13); *Kedua*, Allah yang paling ditakuti dan dicintai (QS al-An'am/6: 163); *Ketiga*, tidak menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah (QS al-Kahfi/18: 46).

b. Keseimbangan (Keadilan)

Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan.¹⁴ Keseimbangan ini sangat ditekankan oleh Allah dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan*. *Ummatan wasathan* adalah umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya serta memiliki aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembenar. Dengan demikian, keseimbangan, kebersamaan, dan kemoderenan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun identitas bisnis.¹⁵

Alquran telah menjelaskan bahwa pembelanjaan harta benda harus dilakukan dalam kebaikan atau jalan Allah dan tidak pada sesuatu yang dapat membinasakan diri (QS al-Baqarah/2: 195). Harus menyempurnakan takaran dan timbangan dengan neraca yang benar (QS al-Isra/17: 35). Ciri-ciri orang yang mendapat kemuliaan dalam pandangan Allah adalah mereka yang membelanjakan harta bendanya tidak secara berlebihan dan tidak pula kikir, tidak melakukan kemusyrikan, tidak membunuh jiwa yang diharamkan, tidak berzina, tidak memberikan kesaksian palsu, tidak tuli dan tidak buta terhadap ayat-ayat Allah (QS al-Furqan/25: 67-68, 72-73).

Agar keseimbangan ekonomi dapat terwujud, maka harus terpenuhi syarat-syarat sebagai berikut: *Pertama*, produksi, konsumsi dan distribusi harus berhenti pada titik keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggaman segelintir

¹⁴Muslich, *Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif* (Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, 2004), h. 37.

¹⁵Muhammad dan Lukman Fauoni, *Visi al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), h.13.

orang; *Kedua*, setiap kebahagiaan individu harus mempunyai nilai yang sama dipandang dari sudut sosial, karena manusia adalah makhluk *teomorfis* yang harus memenuhi ketentuan keseimbangan nilai yang sama antara nilai sosial marginal dan individual dalam masyarakat; *Ketiga*, tidak mengakui hak milik yang tak terbatas dan pasar bebas yang tak terkendali.¹⁶

c. *Kehendak Bebas*

Manusia sebagai khalifah di muka bumi sampai batas-batas tertentu mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan yang akan dicapainya. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*free will*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada.¹⁷

Dalam mengembangkan kreasi terhadap pilihan-pilihan, ada dua konsekuensi yang melekat. Di satu sisi ada niat dan konsekuensi buruk yang dapat dilakukan dan diraih, tetapi di sisi lain ada niat dan konsekuensi baik yang dapat dilakukan dan diraih. Konsekuensi baik dan buruk sebagai bentuk risiko dan manfaat yang bakal diterimanya yang dalam Islam berdampak pada pahala dan dosa (QS al-Nisa/4: 85, QS al-Kahfi/18: 29).

d. *Pertanggungjawaban*

Segala kebebasan dalam melakukan bisnis oleh manusia tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan sesuai dengan apa yang telah dilakukannya (QS al-Mudassir/74: 38). Kebebasan yang dimiliki manusia dalam menggunakan potensi sumber daya mesti memiliki batas-batas tertentu, dan tidak digunakan sebebas-bebasnya, melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang tertuang dalam Alquran dan sunnah Rasulullah saw. yang harus dipatuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasan dalam menggunakan potensi sumber daya yang dikuasai. Tidak kemudian digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis yang terlarang atau yang diharamkan, seperti judi, riba dan lain sebagainya. Apabila digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis yang jelas-jelas halal, maka cara pengelolaan yang dilakukan harus juga dilakukan dengan cara-cara yang benar, adil dan mendatangkan manfaat optimal bagi semua komponen masyarakat yang

¹⁶Syed Nawab Haidir Naqvi, *Ethict and Economics*, h. 99.

¹⁷Rafiq Issa Beekun, *Islamic Business Ethict*, h. 24.

secara kontributif ikut mendukung dan terlibat dalam kegiatan bisnis yang dilakukan.¹⁸

Pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan. Hal ini diimplementasikan minimal pada tiga hal, yaitu: *Pertama*, dalam menghitung margin, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat; *Kedua*, *economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak dapat diramalkan dengan probabilitas nol dan tak dapat lebih dahulu ditetapkan (seperti sistem bunga); dan *Ketiga*, Islam melarang semua transaksi *alegtoris* yang dicontohkan dengan istilah *gharar*.¹⁹

Landasan-landasan normatif di atas memberikan sebuah totalitas kepribadian diri seseorang serta caranya mengekspresikan, memandang, meyakini, dan memberikan makna pada sesuatu yang mendorong dirinya untuk bertindak dan meraih amal yang optimal (*high performance*), dan dalam pandangan Islam, etika bisnis ialah ukuran baik buruk, salah benar, etis dan tidaknya selalu disandarkan pada ajaran Alquran dan Sunnah Rasulullah saw. yang disesuaikan dengan kondisi dan zaman yang melingkupinya.

Untuk memperoleh keberkahan dalam jual beli, Islam mengajarkan prinsip-prinsip moral sebagai berikut: (a) jujur dalam menakar dan menimbang; (b) menjual barang yang halal; (c) menjual barang yang baik mutunya; (d) tidak menyembunyikan cacat barang; (e) tidak melakukan sumpah palsu; (f) longgar dan murah hati; (g) tidak menyaingi penjual lain; (h) tidak melakukan riba; dan (i) mengeluarkan zakat bila telah sampai *nisab* dan *haul*-nya.²⁰

Islam menempatkan pasar sebagai tempat perniagaan yang sah dan halal, sehingga secara umum merupakan mekanisme perdagangan yang ideal. Penghargaan yang tinggi tidak hanya bersifat normatif tetapi, juga telah dibuktikan dalam sejarah panjang kehidupan masyarakat muslim klasik. Rasulullah saw. adalah seorang pelaku pasar yang aktif, demikian

¹⁸Rafiq Issa Beekun, *Islamic Business Ethict*, h. 43.

¹⁹Syed Nawab Haidir Naqvi, *Ethict and Economics*, h. 103.

²⁰Burhanuddin Salam, *Etika Sosial Asas Moral dalam Kehidupan Manusia* (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), h. 142.

pula kebanyakan para sahabatnya. Pada masa ini peranan pasar dalam menentukan harga sangat menonjol. Intervensi pemerintah hanya dilakukan dalam kondisi tertentu. Gambaran pasar yang Islami adalah pasar yang didalamnya terdapat persaingan sehat yang dibingkai dengan nilai dan moralitas Islam. Nilai dan moralitas Islam itu secara garis besar terbagi dua, yaitu: *Pertama*, norma yang bersifat khas adalah hanya berlaku untuk muslim. *Kedua*, norma yang bersifat umum adalah berlaku untuk seluruh masyarakat.

Islam mengajarkan bahwa tidak semua barang dan jasa dapat dikonsumsi dan diproduksi. Seorang muslim hanya diperkenankan mengkonsumsi dan memproduksi barang yang baik dan halal, sehingga barang yang haram harus ditinggalkan. Seorang muslim juga terikat dengan nilai-nilai kesederhanaan dan konsistensi prioritas pemenuhannya. Norma khas ini tentu saja harus diimplementasikan dalam kehidupan di pasar. Selain itu, Islam juga sangat memperhatikan norma yang berlaku dalam masyarakat umum dan berlaku secara universal seperti persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Nilai-nilai ini sangat ditekankan dalam Islam bahkan selalu dikaitkan dengan keimanan kepada Allah. Keterikatan seorang muslim dengan norma-norma ini akan menjadi sistem pengendali yang bersifat otomatis bagi pelakunya dalam aktifitas pasar.

Mengacu kepada Alquran dan praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan para sahabatnya, Ibn Taimiyah menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang islami adalah:

- a. Orang harus bebas untuk keluar dan masuk pasar. Memaksa orang untuk menjual barang dagangan tanpa ada kewajiban untuk menjual merupakan tindakan yang tidak adil dan ketidakadilan itu dilarang.
- b. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan. Tugas *muhtasib* adalah mengawasi situasi pasar dan menjaga agar informasi secara sempurna diterima oleh para pelaku pasar.
- c. Unsur-unsur *monopolistik* harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antara penjual dan pembeli harus dihilangkan. Pemerintah boleh melakukan intervensi apabila unsur monopolistik ini mulai muncul.
- d. Adanya kenaikan dan penurunan harga yang disebabkan naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
- e. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang.

- f. Terhindar dari penyimpangan terhadap kebebasan ekonomi yang jujur, seperti sumpah palsu, kecurangan dalam menakar, menimbang, dan mengukur, dan niat yang buruk dalam perdagangan. Pelaku pasar juga dilarang menjual barang-barang haram seperti minuman keras, alat perjudian dan pelacuran, dan lain-lain.²¹

Ibn Taimiyah menempatkan kebebasan pada tempat yang tinggi bagi individu dalam kegiatan ekonomi, walaupun beliau juga memberikan batasan-batasannya. Batasan yang dimaksud adalah tidak bertentangan dengan syariat Islam dan tidak menimbulkan kerugian, baik bagi diri sendiri maupun orang lain, sehingga tidak terjadi konflik kepentingan. Selain itu juga diperlukan kerjasama saling membantu antara masyarakat satu dengan masyarakat yang lain untuk mewujudkan kesejahteraan bersama. Segala sesuatu itu boleh dan sah dilakukan sampai ada larangan khusus yang bertentangan dengan syariat Islam, khususnya dalam hal penipuan dan hal-hal yang merugikan.²²

Setiap individu memiliki kewajiban untuk ikut mensejahterakan lingkungan sosialnya yang dimulai dari lingkungan terdekat, yaitu kerabat dan tetangga sampai masyarakat dalam lingkup yang lebih luas. Secara alamiah manusia itu juga merupakan makhluk sosial, karenanya merupakan fitrah jika manusia saling bekerjasama antara satu dengan yang lain. Ibn Taimiyah juga menyatakan bahwa pemerintah harus melakukan intervensi ketika konflik antar anggota masyarakat dengan prinsip mencegah keburukan itu lebih didahulukan daripada berbuat kebaikan.²³

Pemikiran tersebut menunjukkan bahwa ajaran Islam memberikan tempat yang tinggi kepada kebebasan individu tetapi dibatasi oleh nilai-nilai syariat Islam. Batasan yang dimaksud di sini adalah syariat Islam dan harmoni kepentingan individu dan sosial. Islam juga menekankan pada aspek tolong-menolong dan bekerjasama antar sesama manusia. Oleh karena itu, konsepsi kebebasan dalam Islam lebih mengarah kepada kerjasama, bukan persaingan apalagi saling mematikan usaha antara satu dengan yang lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha maka itu berarti persaingan dalam hal berbuat kebaikan. Inilah yang disebut dalam Alquran

²¹Ibn Taimiyah, *Majmu' Fatawa Shaikh al-Islam Ahmad Ibn Taimiyah* (Riyad: Matba'at al-Riyad, 1387 H), h. 157.

²²Fazlur Rahman, *Islamic Economic Doctrines*, Jil. 4 (Lahore: Yusuf Publication, t.th.), h. 225.

²³Fazlur Rahman, *Islamic Economic Doctrines*, Jil. 4, h. 226-227.

dengan *fastabiq al-khairat* (berlomba-lomba dalam kebajikan). Dengan demikian, kerjasama atau berlomba-lomba dalam melakukan kebajikan mendapat perhatian serius dalam ajaran Islam.

D. PRAKTIK DAN ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG MUSLIM DI PASAR SENTRAL GORONTALO PERSPEKTIF HUKUM BISNIS ISLAM

Pada umumnya pedagang muslim Gorontalo melaksanakan usaha dagangannya tidak begitu mendetail paham mengenai pentingnya etika dalam berdagang. Aktivitas dagang dilakukan sebagai rutinitas dan hanya berorientasi pada keuntungan semata. Masih sering dijumpai ketimpangan-ketimpangan baik yang dilakukan secara sengaja atau karena keteledoran. Di antaranya dapat diungkapkan sebagai berikut:

1. Masih terjadi kekeliruan dalam menakar barang jualan

Pedagang dalam menakar barang jualan masih dijumpai ada yang tidak mepedulikan pentingnya membetulkan nominal timbangan, meskipun pengurangan terbilang sedikit. Ketika diwawancarai, argumennya adalah bahwa kekuarangan timbangan tersebut sudah merupakan hal biasa dan tidak terlalu dipermasalahakan oleh pembeli karena pengurangannya tidak terlalu banyak.²⁴ Hampir semua menggunakan timbangan manual (bukan digital), sehingga masih rentan terjadi kekeliruan apalagi dilakukan secara tergesa-gesa dan timbangan menghadap ke penjual bukan ke pembeli. Ketika peneliti menanyakan tentang letak timbangan yang mengarah kepadanya, maka jawabannya adalah untuk memudahkan pengecekan angka yang tertera dalam timbangan dan mempercepat ketika melayani pembeli.²⁵

Kecurangan dalam menakar dan menimbang mendapat perhatian khusus dalam Alquran, karena praktek seperti ini telah merampas hak orang lain. Selain itu, praktek seperti ini juga menimbulkan dampak yang sangat vital dalam dunia perdagangan, yaitu timbulnya ketidakpercayaan pembeli terhadap para pedagang yang curang. Oleh karena itu, pedagang yang curang pada saat menakar dan menimbang mendapat ancaman siksa di akhirat. Allah swt. berfirman dalam QS al-Muthaffifin/83: 1-3:

²⁴Tn. I (Pedagang Bumbu Dapur), *Wawancara*, di Pasar Sentral Gorontalo.

²⁵Tn. T (Pedagang Tomat dan Rica), *Wawancara*, di Pasar Sentral Gorontalo.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

*Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi....*²⁶

Kata itu memiliki arti azab, kehancuran, atau sebuah lembah di neraka Jahannam.²⁷ Ayat ini memberi peringatan keras kepada para pedagang yang curang. Mereka dinamakan *mutaffifin*. Dalam bahasa Arab, *muthaffifin* berasal dari kata *thatfif* atau *thafafah*, yang berarti pinggir atau bibir sesuatu. Pedagang yang curang itu dinamai *muthaffif*, karena ia menimbang atau menakar sesuatu hanya sampai bibir timbangan, tidak sampai penuh hingga penuh ke permukaan.²⁸

Hal ini menunjukkan bahwa pedagang yang melakukan kecurangan dalam menakar dan menimbang akan mendapatkan azab, sehingga ditempatkan di lembah Neraka Jahannam. Oleh karena itu, setiap pedagang hendaknya berhati-hati dalam melakukan penakaran dan penimbangan agar ia terhindar dari azab. Dalam ayat ini juga, perilaku curang dipandang sebagai pelanggaran moral yang sangat besar. Pelakunya diancam hukuman berat, yaitu masuk Neraka Wail.

2. Mencampur barang berkualitas dengan tidak berkualitas

Pencampuran barang biasanya dijumpai pada jenis barang dagangan seperti beras, lombok (rica), ikan. Salah seorang pedagang mengatakan bahwa penjualan dengan sistem tersebut dilakukan secara sadar dan dinyatakan sah karena terbuka dan pembeli bisa menyaksikan apa adanya yang dijual. Jarang dijumpai komplain dari pembeli pada saat transaksi. Jika terjadi protes dari pembeli maka tindakan yang dilakukan oleh penjual adalah mempersilahkan kepada pembeli untuk memilih sendiri barang yang

²⁶Kementerian Agama RI., *Al Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: PT Karya Toha Putra Semarang, 2002), h. 878.

²⁷Al-Shaikh Hasanain Muhammad Makhluif, *Tafsir wa Bayan Kalimat al-Qur'an al-Karim* (Damaskus: Dar Ibn Katsir, 2001), h. 321.

²⁸A. Ilyas Ismail, "Perilaku Curang," dalam <http://www.islamhouse.com>., diakses 30 September 2016.

mau dibeli, tetapi terkadang konsekuensinya terjadi perbedaan harga jika pembelian dilakukan dengan sistem memilih barang.²⁹

Pedagang seharusnya menunjukkan cacat barang yang dijualnya. Jika ia menyembunyikan cacat barang yang dijualnya maka ia dapat dikategorikan sebagai penipu, sedangkan penipuan itu diharamkan. Kondisi seperti inilah yang disaksikan oleh Rasulullah saw. ketika melewati sebuah pasar. Sebagaimana hadis yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah ra.:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُبْرَةِ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي (رواه مسلم)³⁰

Dari Abi Hurairah ra. bahwa Rasulullah saw. pernah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka pun beliau bertanya, "Apa ini wahai pemilik makanan?" Sang pemiliknya menjawab, "Makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah." Beliau bersabda: "Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah, barangsiapa menipu, maka dia bukan dari golongan kami." (HR Muslim).

Upaya pedagang untuk mencampur barang berkualitas dengan tidak berkualitas karena adanya anggapan bahwa pembeli tidak akan tahu atau tidak terlalu mempersoalkan hal tersebut.³¹ Tindakan pencampuran barang dalam dunia bisnis Islam dikenal dengan istilah *ghisy*, yaitu menyembunyikan cacat barang dan mencampur dengan barang-barang baik dengan yang jelek. Jika pelaku *ghisy* sudah terlanjur melakukan kecurangan, hendaknya dia segera menyampaikan dan memberitahukan kepada pembeli tentang cacat yang ada pada barang yang diperjualbelikan.

²⁹Ny. Y dan Ny. S (Pedagang Beras), Tn. AD dan Tn. AG (Pedagang Ikan), *Wawancara*, di Pasar Sentral Gorontalo.

³⁰Imam Muslim ibn al-Hajaj al-Qusyairy. *Shahih Muslim*, Juz 1 (Bairut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyah, t.th.), h. 261.

³¹Ny. SY (Pedagang Beras), *Wawancara*, di Pasar Sentral Gorontalo.

Apabila pembeli mengalah terhadap haknya (yakni menerima barang itu apa adanya) maka tidaklah dipersoalkan. Bila tidak, hendaknya penjual membuat kesepakatan dengan pembeli, baik dengan cara memberikan uang yang setara dengan cacat itu, atau barang itu diambil kembali dan uangnya dikembalikan. Dan bila tidak terjadi kesepakatan, maka ini merupakan perselisihan yang harus diselesaikan hakim. Bila pedagang sulit mengetahui (keberadaan) si pembeli, maka anjuran dalam Islam adalah bersedekah atas nama si pembeli sesuai nilai cacat barang tersebut.

Rasulullah saw. memberi penegasan bahwa penjual dan pembeli memiliki hak pilih selama belum berpisah. Apabila mereka jujur dan mau menerangkan (keadaan barang), mereka akan mendapat berkah dalam jual beli mereka, dan jika mereka bohong dan menutupi (cacat barang), akan dihapuskan keberkahan jual beli mereka.

Praktik *ghisy* yang sering ditemui di pasar, atau yang secara tidak sadar pernah dialami adalah kecurangan atau penipuan dengan mencampurkan barang kualitas rendah dengan barang kualitas tinggi lalu dijual dengan harga barang dengan kualitas tinggi. Cukup sulit untuk mendeteksi barang apa saja yang mempunyai unsur *tadlis/ghisy*, karena perbedaan barang yang mengandung *ghisy* dengan yang tidak mengandung *ghisy* hampir tidak terlihat jika tidak benar-benar diteliti.

3. Masih terdapat penjualan barang kadaluarsa

Kekeliruan terhadap kadaluarsa sering terjadi pada barang yang terbilang stok berlebihan dan biasanya pada barang instan. Peneliti pernah mengalami sendiri ketika membeli minyak goreng bermerek tetapi sudah *expire* (kadaluarsa) atau bumbu dapur kemasan yang sering terlewatkan untuk mengecek masa waktu kadaluarsanya. Ketika peneliti mewawancarai penjual,³² ada yang menyatakan alasan bahwa demi untuk menutupi modal maka terpaksa dijual apa adanya, diserahkan kepada pembeli untuk mengecek sendiri. Ironinya barang kadaluarsa tersebut disadari oleh penjual berbahaya tetapi karena dalih keuntungan atau pengembalian modal, maka terpaksa dilakukan bahkan seolah-olah hal tersebut tidak diketahui. Ketika pembeli memperlihatkan masa berlaku barang, maka jawaban dari penjual hanya kekeliruan karena tidak mengecek terlebih dahulu dan mempersilahkan ke pembeli untuk menggantinya yang masih bagus. Akan

³²Tn. UK (Pedagang Barang Harian) dan Tn. RA (Pedagang Rempah), *Wawancara*, di Pasar Sentral Gorontalo.

tetapi barang tersebut masih saja dijajakan untuk pembeli berikutnya yang tidak terlalu mengecek dengan seksama batas waktu pemakaian barang.

Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama rela). Penjual dan pembeli harus mempunyai informasi yang sama (*complete information*), sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurangi/ditipu karena ada sesuatu yang *unknown to one party* (keadaan di mana salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui pihak lain, ini merupakan *asymmetric information*). *Unknown to one party* dalam bahasa fikihnya disebut *tadlis* (penipuan).³³

4. Terjadi kebohongan dalam menarik minat pembeli dan sumpah palsu

Berdasarkan olahan angket yang disebar kepada para responden di Pasar Sentral Gorontalo diketahui adanya terjadi kebohongan dalam menarik minat pembeli dan pedagang melakukan sumpah palsu. Kejadian ini misalnya barang jualan yang dijajakan agar kelihatan banyak di bagian bawahnya diberi pelapis berupaya kayu atau sejenisnya untuk mengelabui pembeli supaya terlihat lebih banyak. Kejadian ini banyak dijumpai pada barang jualan seperti ikan-ikan kecil. Pembeli yang berusaha untuk mendekati penjual tertarik dengan seonggokan ikan kecil dan terlihat banyak padahal kenyataannya tidak sesuai dengan apa yang dilihat. Kekecewaan pembeli muncul ketika transaksi sudah berlangsung dan sudah dimasukkan ke dalam kantong plastik. Di samping itu, sering terjadi juga kebohongan pembicaraan awal, dimana dikatakan bahwa barang yang dijual ketika ditawarkan oleh pembeli dengan mudahnya penjual mengatakan barang yang dijualnya tersebut belum sampai modal. Padahal yang sebenarnya sudah terdapat keuntungan didalam penawaran pembeli. Anehnya meskipun pernyataannya belum sampai modal tapi pada akhirnya transaksi jual beli juga tetap berlangsung. Alasannya terkadang hanya untuk menghabiskan barang atau rasa simpati terhadap pembeli.

³³*Tadlis* dapat terjadi dalam empat hal, yaitu: (1) Kuantitas; *tadlis* dalam kuantitas termasuk juga kegiatan menjual barang kuantitas sedikit dengan barang kuantitas banyak; (2) Kualitas; *tadlis* dalam kualitas termasuk juga menyembunyikan cacat atau kualitas barang yang buruk yang tidak sesuai dengan apa yang disepakati antara si penjual dan pembeli; (3) Harga; *tadlis* dalam harga ini termasuk menjual barang dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga pasar karena ketidaktahuan pembeli atau penjual, dalam fikih disebut *ghaban*; dan (4) Waktu Penyerahan; praktik bisnis yang dilakukan oleh seseorang dengan cara menyembunyikan informasi terhadap transaksi jual beli (transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak).

Bahkan lebih jauh dari itu terkadang untuk menguatkan argumennya, pedagang dengan mudahnya mengumbar sumpah palsu dan tidak terkesan dengan efek sumpah yang sebenarnya bertentangan dengan realitas yang ada, dengan dalih untuk melariskan dagangan. Padahal sumpah palsu dalam berdagang menjadi perhatian serius dalam etika berdagang menurut Islam, sesuai dengan penegasan Rasulullah bahwa sumpah yang diucapkan untuk melariskan barang dagangan dapat merusakkan keuntungan dan mengancam eksistensi usaha dagang itu sendiri.

Kecurangan merupakan sebab timbulnya ketidakadilan dalam masyarakat, padahal keadilan diperlukan dalam setiap perbuatan agar tidak menimbulkan perselisihan. Pemilik timbangan senantiasa dalam keadaan terancam dengan azab yang pedih, apabila ia bertindak curang dengan timbangannya itu. Pedagang beras yang mencampur beras kualitas bagus dengan beras kualitas rendah, penjual daging yang menimbang daging dengan campuran tulang yang menurut kebiasaan tidak disertakan dalam penjualan, pedagang kain yang ketika memamerkan barang membiarkan kain dalam keadaan kendor, tetapi pada saat menjual ia menariknya cukup kuat, sehingga ia memperoleh tambahan keuntungan dari cara pengukurannya itu, semua itu termasuk kecurangan yang akan mendatangkan azab bagi pelakunya. Penghargaan ajaran Islam terhadap mekanisme pasar berangkat dari ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilaksanakan secara baik atas dasar suka sama suka.

5. *Masih terlibat dalam rentenir dan peminjaman dana dengan sistem bunga*

Untuk menambah permodalan banyak pedagang berusaha untuk kerjasama dengan rentenir atau pihak yang membungakan uang. Ketika peneliti mewawancarai beberapa responden,³⁴ hasilnya terdapat dua alasan mengapa pedagang masih bergelut dengan peminjaman uang yang nyata-nyata bertentangan dengan syariah, yaitu:

a. Keterpaksaan dan keinginan untuk mendapatkan dana secara cepat

Keinginan untuk meningkatkan usaha dengan penambahan modal, maka pedagang merasa perlu untuk mendapatkan suntikan dana. Untuk

³⁴Tn. I dan Tn. SM (Pedagang Jagung); Tn. RA dan Tn. IW (Pedagang Rempah); Tn. AD (Pedagang Ikan Laut); Tn. U (Pedagang Barang Harian); Tn. ND (Pedagang Telur); Ny. H (Pedagang Buah), Ny. SL (Pedagang Alat Dapur); Ny. Hamidi Payu (Pedagang Assesoris); Tn. HS (Pedagang Emas); dan Ny. S (Pedagang Sepatu), *Wawancara*, di Pasar Sentral Gorontalo.

mengantisipasiya maka rentenirlah jalan keluarnya yaitu meminjam dana dengan bunga berlipat. Anggapan pedagang bahwa hal tersebut tidak bertentangan dengan ajaran Islam, karena dilakukan suka sama suka dan saling menguntungkan.³⁵ Di samping itu, kucuran dana yang diinginkan dapat dengan mudah diperoleh sesuai dengan keinginan bahkan ditawarkan lebih dari permintaan pedagang.³⁶

Peminjaman dana tidak dilakuklan di bank baik konvensional maupun di bank syariah karena anggapan bahwa proses di bank terlalu lama dan berbelit-belit serta persyaratan yang terkadang susah dipenuhi oleh pedagang. Peminjaman dana yang dilakukan oleh pedagang biasanya dilakukan kepada seseorang yang sudah memang menyediakan jasa peminjaman uang dengan sistem bunga yang cukup tinggi, baik itu pihak perorangan seperti kolega sendiri atau dalam bentuk organisasi.

b. Ketidakpahaman terhadap eksistensi bunga

Adanya anggapan pedagang bahwa peminjaman uang dengan pengembalian berbunga adalah hal yang lumrah karena keuntungan bagi si peminjam dana hanya terletak pada bunga itu. Ungkapan beberapa pedagang mengatakan bahwa eranya sekarang adalah era dagang yang berimplikasi pada keuntungan, maka membungakan uang adalah sesuatu yang wajar dan tidak bertentangan dengan adat maupun syariat Islam.³⁷

Dalam praktek riba, seseorang berusaha memenuhi kebutuhan orang yang ingin meminjam harta, tetapi di saat yang sama ia mengharuskan kepada orang yang meminjam itu untuk memberi tambahan yang mencekik. Praktek peminjaman dana disinyalir tanpa ada unsur kerjasama yang sifatnya tolong-menolong dan tidak pula saling memikirkan bagaimana sebenarnya terjadi peningkatan usaha di peminjam, sehingga di sini yang kaya semakin kaya dan yang miskin semakin miskin. Pelaku riba bagaikan segumpal darah yang menyerap darah orang-orang yang bekerja keras, sedangkan ia tidak bekerja apa-apa, tetapi ia tetap memperoleh keuntungan yang melimpah ruah. Dengan demikian semakin lebar jurang pemisah di bidang sosial ekonomi antara kelompok-kelompok yang ada. Oleh karena itu Islam sangat keras dalam mengharamkan riba dan memasukkannya di

³⁵Tn. M (Pedagang Ikan); Tn. YM (Pedagang Sayuran dan Rempah); Tn. AY (Pedagang Barang Plastik), *Wawancara*, di Pasar Sentral Gorontalo.

³⁶Tn. ID (Pedagang Barang Harian), *Wawancara*, di Pasar Sentral Gorontalo.

³⁷Tn. IL dan Tn. N (Pedagang Sayuran); Tn. AD (Pedagang Jagung); Tn. MI dan Ny. I (Pedagang Rempah), *Wawancara*, di Pasar Sentral Gorontalo.

antara dosa besar yang merusak, serta mengancam orang yang berbuat demikian dengan ancaman yang sangat berat.

6. Kesadaran akan pentingnya mengeluarkan zakat perdagangan

Mayoritas responden menyatakan bahwa zakat dalam hidup ini adalah kewajiban yang mesti ditunaikan sama halnya dengan perintah sholat. Responden yang berhasil peneliti wawancarai menyatakan dengan tegas bahwa apabila telah cukup *nishab* dan *haul* perdagangan maka wajib hukumnya mengeluarkan zakat.³⁸ Meskipun distribusinya masih bervariasi terkadang melalui lembaga zakat atau langsung kepada *muzakki*, baik itu orang lain maupun keluarga sendiri. Terdapat pula pedagang yang melebihkan karena menganggap bahwa di samping zakat, sedekah juga adalah penting untuk menambah keuntungan.³⁹

Berdasarkan hasil olahan angket yang disebar pada responden diketahui responden yang telah mengeluarkan zakat *mal* sebanyak 15 responden (8,6%); responden tidak mengeluarkan zakat karena tidak tahu seluk beluk zakat perdagangan, kapan dan bagaimana proses perhitungannya sebanyak 133 responden (76%). Juga ada responden merasa tidak perlu karena zakat *mal* (harta) tidak terlalu penting berbeda halnya dengan zakat fitrah sebanyak 27 responden (15.4%).

E. PENUTUP

Praktek bisnis pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo masih rentan terjadinya kecurangan, baik itu disengaja maupun kelalaian. Persoalan etika bisnis dalam perspektif hukum bisnis Islam belum menjadi perhatian utama pedagang. Kelalaian dalam takaran atau timbangan yang disebabkan kesengajaan atau ada unsur penipuan, keteledoran atau ketergesa-gesaan dalam menimbang barang karena keinginan untuk melayani pembeli dengan cepat, sehingga tidak membetulkan nominal/angka awal timbangan (menunjukkan angka nol) dan arah timbangan tidak dihadapkan pada diri penjual.

Sebagian pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo masih menjual barang yang sifatnya kadaluarsa yang diakibatkan karena kelalaian atau tidak adanya keinginan untuk melakukan pengecekan masa *expire* (kadaluarsa) dan keterpaksaan karena mengejar pengembalian modal.

³⁸Tn. SA (Pedagang Sembako); dan Tn. AMT (Pedagang Ayam), *Wawancara*, di Pasar Sentral Gorontalo.

³⁹Tn HDU dan Ny. R (Pedagang Telur), *Wawancara*, di Pasar Sentral Gorontalo.

Selain itu masih terdapat pencampuran barang yang sifatnya berkualitas baik dengan buruk dan juga menyembunyikan cacat barang. Penyebabnya adalah mengejar keuntungan dan kesadaran terhadap pentingnya beretika dalam dagang masih lemah, dan melakukan sumpah palsu untuk menguatkan argumen penjual dan meyakinkan pembeli dengan dalih bahwa barang yang dijual ketika ditawarkan belum sampai modal.

Sebagian pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo masih bergelut dengan rentenir atau peminjaman dana dengan sistem bunga. Rentenir yang dimaksudkan adalah dengan menghubungi langsung penyandang dana secara perorang yang sudah merupakan kolega dari pedagang. Adapun peminjaman dana secara kelembagaan banyak melibatkan *finance* atau penyandang dana lain yang menggunakan sistem bunga. Sedangkan terkait dengan zakat *mal*, maka mayoritas sudah paham akan pentingnya zakat *mal* dan sudah melaksanakannya, namun hanya terdapat beberapa pedagang yang belum melaksanakan zakat *mal* yang disebabkan karena ketidaktahuan akan eksistensi zakat *mal*.

Implikasi dari penelitian ini adalah menjadi referensi bagi pihak pelaku bisnis dan menjadi bahan sosialisasi oleh pemerintah, aktivis dan pemerhati ekonomi Islam tentang pentingnya etika bisnis pada masyarakat, khususnya kepada pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo, bahwa perdagangan yang dikehendaki dalam Islam bukan hanya berorientasi keuntungan semata, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai kemanusiaan yang mengarah pada sifat tolong-menolong, saling melengkapi antara satu dengan yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Niken. "Implementasi Norma-Norma Etika Bisnis Syariah Pada Pamela Swalayan di DIY Ditinjau dari Etika Bisnis Perspektif Al-Ghazali." *Tesis*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014.
- Al-Marwazy, Abi Abdullah Ahmad bin Muhammad bin Hanbal al-Syaibany. *Musnad Ahmad bin Hanbal*. Juz 18. Bairut: Dar al-Fikr, t.th..
- Alwani, Taha Jabir *Bisnis Islam*. Yogyakarta: AK Group, 2005.
- Al-Qusyairy, Imam Muslim ibn al-Hajaj. *Shahih Muslim*. Juz 1. Bairut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah, t.th.
- Fauroni dan Lukman. *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006.

- Ibn Taimiyah. *Majmu' Fatawa Shaikh al-Islam Ahmad Ibn Taimiyah*. Riyad: Matba'at al-Riyad, 1387 H.
- Ikhsanudin. "Etika Deskriptif, Etika Normatif, dan Pertanggungjawaban Moral, <http://semriwing.wordpress.com/etika/>
- Ismail, A. Ilyas. "Perilaku Curang," dalam <http://www.islamhouse.com>.
- Juliansyah, Hafiz. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat." *Skripsi*. Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2011.
- Kaelany H. D. *Islam dan Aspek-Aspek Kemasyarakatan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2000.
- Kementerian Agama RI. *Al Qur'an dan Terjemahnya*. Semarang: PT Karya Toha Putra Semarang, 2002.
- Makhluf, Al-Shaikh Hasanain Muhammad. *Tafsir wa Bayan Kalimat al-Qur'an al-Karim*. Damaskus: Dar Ibn Katsir, 2001.
- Mas'ud, Fuad. "Konsep Manajemen Bisnis Islam (Studi Prinsip-Prinsip Manajemen Bisnis dalam Al-Qur'an)." *Disertasi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Muhammad&Lukman Fauroni. *Visi al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Muslich. *Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, 2004.
- Naqvi, Syed Nawab Haidir. *Ethict and Economics: An Islamic Syntesis*, terj. Husin Anis, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*. Bandung: Mizan, 1993.
- _____. *Islam, Economic and Society*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Cet. 1; Jakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Pemerintah Kota Gorontalo. *Data Kantor Pengelola Pasar Pemerintah Kota Gorontalo*, 2016.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Rahman, Fazlur. *Islamic Economic Doctrines*. Jil. 4. Lahore: Yusuf Publication, t.th.
- Ramadhania. "Etika Bisnis dalam Islam," *Buletin Jumat STAIN Curup*, Terbitan 451/22 Jumadil Akhir 1434 H/03 Mei 2013 M.
- Salam, Burhanuddin. *Etika Sosial Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta, 1997.