

Analisis Etika Bisnis Menurut Al-Ghazali terhadap Pedagang Beras Di Pasar Leuwi Panjang

¹Bani Azka Denia, ²Titin Suprihatin, ³Zaini Abdul Malik

^{1,2,3}*Prodi Keuangan & Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

e-mail: ¹baniazka98@gmail.com

Abstrak. Islam menghalalkan usaha perdagangan, namun ada aturan yang mengatur bagaimana seharusnya seorang pedagang menjalankan usahanya agar mendapatkan berkah dan ridha Allah Swt. Aturan atau etika dalam berdagang menurut al-Ghazali adalah tidak memuji-muji barang dagangannya secara berlebihan, tidak menyembunyikan cacat yang terdapat pada barang dagangannya, tidak mengurangi berat maupun ukuran dari suatu barang yang diperdagangkan, dan tidak berbohong berkenaan dengan harga suatu barang disertai sumpah. Fenomena di Pasar Leuwi Panjang, pedagang beras menyembunyikan cacat dan mengurangi timbangan barang dagangannya. Dari latar belakang masalah yang dipaparkan sebelumnya, maka disimpulkan rumusan masalah: bagaimana etika dalam berdagang menurut al-Ghazali?; Bagaimana perilaku pedagang beras di Pasar Leuwi Panjang?; Bagaimana analisis pendapat al-Ghazali mengenai etika dalam berdagang dengan perilaku pedagang di Pasar Leuwi Panjang?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui etika bisnis menurut al-Ghazali, perilaku pedagang beras dalam menjalankan usahanya di Pasar Leuwi Panjang, dan analisa perilaku pedagang beras di Pasar Leuwi Panjang dengan pendapat al-Ghazali tentang etika dalam berdagang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Kuisioner, Wawancara, dan Studi Literatur. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Berdasarkan hasil penelitian, menurut al-Ghazali etika yang harus dilakukan oleh pedagang adalah tidak memuji-muji barang dagangannya secara berlebihan, tidak menyembunyikan cacat barang dagangannya, tidak mengurangi timbangan barang dagangannya, dan tidak berbohong berkenaan dengan harga suatu barang disertai sumpah. Perilaku pedagang beras di Pasar Leuwi Panjang yang sesuai dengan pendapat al-Ghazali adalah dalam hal memuji-muji barang secara berlebihan dan berbohong tentang harga disertai sumpah, yang tidak sesuai adalah dalam hal menyembunyikan cacat barang dan mengurangi timbangan. Etika bisnis menurut al-Ghazali tidak seluruhnya diterapkan di Pasar Leuwi Panjang. Dari keempat etika bisnis, Ada 2 perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan pendapat al-Ghazali, yaitu pedagang menyembunyikan cacat barang dan mengurangi timbangan barang yang dijualnya.

Kata Kunci : Etika Bisnis, al-Ghazali.

A. Pendahuluan

Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial semua orang. Islam bukan hanya mengizinkan, tetapi juga mendorong umatnya untuk berbisnis. Nabi Muhammad SAW sendiri adalah seorang pengusaha penuh untuk jangka waktu yang lama.

Islam merupakan agama mayoritas yang dianut penduduk dunia, dan yang dalam ajarannya sangat mendorong kemajuan teknologi, termasuk berbagai inovasi dalam sistem perdagangan. Namun demikian, berbagai jenis cara berdagang ini harus dipahami benar dan dikaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah dalam *muamalah*.

Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan atau jual beli, namun tentu saja untuk orang yang menjalankan usaha perdagangan secara Islam, dituntut menggunakan tata cara khusus. Ada aturan yang mengatur bagaimana seharusnya seorang Muslim berusaha di bidang perdagangan agar mendapatkan berkah dan ridha Allah SWT di dunia dan akhirat.

Aturan main dalam perdagangan Islam menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan jual beli. Diharapkan

dengan menggunakan etika perdagangan Islam tersebut, suatu usaha perdagangan akan maju dan berkembang pesat karena selalu mendapat berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat, selain itu, baik pedagang maupun pembeli, masing-masing akan saling mendapat keuntungan.

Al-Ghazali berpendapat, dalam bekerja dan berusaha, baik pengusaha, pedagang, dan pelaku usaha lainnya, dilarang menyulitkan atau membuat masalah kepada orang lain, misalnya dengan bersikap tidak adil, melakukan tekanan dan paksaan, penipuan, berlaku tidak jujur, dan sejenisnya. Dalam hal ini, dua dampak kezhaliman yang potensial terjadi dalam berusaha dan bekerja, yaitu; kezhaliman yang bisa merugikan orang banyak (secara umum), dan kezhaliman yang hanya merugikan orang tertentu saja. Yang termasuk dalam kategori tindak kezhaliman yang potensial merugikan orang banyak adalah, tindakan penimbunan. Penjual sengaja menimbun barang atau makanan dengan tujuan menunggu dijual ketika terjadi kenaikan harga. Cara berdagang model ini merupakan tindak kezhaliman yang potensial merugikan masyarakat secara umum. Syari'at (aturan) Islam mengutuk para penimbun yang sengaja menimbun bahan makanan pokok. Menimbun makanan pokok untuk dijual kembali dengan selisih harga yang lebih mahal di masa mendatang agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar adalah tindakan yang diharamkan.

Berkeñaan dengan sikap aniaya dalam berusaha (bekerja) yang merugikan pihak lain dalam kalangan yang lebih terbatas, maka dapat disebutkan di sini, bahwa setiap transaksi jual-beli yang merugikan orang lain adalah sebuah tindak kezhaliman yang tidak akan pernah dibenarkan, selamanya. Penjual yang curang terhadap pembeli disebut sebagai pihak yang telah berlaku aniaya (zhalim). Sedangkan tindakan yang tidak merugikan atau menzhalimi orang lain, khususnya sesama muslim, disebut sikap adil.

Terdapat empat ketentuan yang mesti benar-benar diperhatikan oleh seorang penjual (pedagang), agar mampu terlepas dari sikap zhalim dalam berusaha. Pertama, tidak perlu memuji-muji barang dagangannya secara berlebihan (tidak proporsional), hingga potensial mengecewakan pembeli setelah membelinya dan ternyata tidak sesuai dengan apa yang disebutkan oleh pedagang. Kedua, tidak menyembunyikan cacat yang terdapat pada barang dagangannya. Ketiga, tidak mengurangi berat maupun ukuran dari suatu barang yang diperdagangkan. Dan, keempat, tidak berbohong berkenaan dengan harga suatu barang; terlebih lagi yang dikuatkan dengan pemberlakuan sumpah atasnya, sebagai sarana meyakinkan pembeli.

Apabila larangan menimbun itu dibuatkan semacam peringkatnya, maka menimbun bahan pokok seperti beras, gandum, minyak, serta yang sejenis lainnya adalah tingkatan larangan yang paling keras.

Melihat penjelasan dan pendapat al-Ghazali tentang etika dalam berdagang yang tidak diperbolehkan dalam syariat Islam, fenomena yang terjadi sekarang ini adalah masih banyak pedagang yang melakukan tindak kezhaliman, khususnya pada pedagang beras. Ada salah satu pedagang beras di Pasar Leuwi Panjang yang menurut Penulis menyimpang. Hasil wawancara dengan salah satu pembeli yang pernah membeli beras ke toko X, beliau merasa beras tidak sesuai dengan merk yang ada di karungnya. Selain itu, kejanggalan yang beliau rasakan adalah jika membeli 1 karung berisi 25 kg, tetapi saat dibagi-bagi, ternyata isi berasnya kurang dari 25kg. Lalu Penulis mewawancarai pembeli yang lain, beliau pernah melihat pedagang memberikan essens pandan wangi ke dalam beras biasa untuk beras dengan merk "pandan wangi".

Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pendapat al-Ghazali mengenai etika dalam berdagang
2. Mengetahui perilaku pedagang beras dalam menjalankan usahanya di Pasar Leuwi Panjang
3. Mengetahui analisa perilaku pedagang beras di Pasar Leuwi Panjang dengan pendapat al-Ghazali tentang etika dalam berdagang

B. Landasan Teori

Etika berasal dari bahasa Yunani kuno, yaitu *ethos* yang memiliki arti kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Etika bisa dimaknai sebagai ilmu yang membahas mengenai perilaku baik buruk, benar salah, dan tanggung jawab dari manusia yang sesuai dengan norma-norma tertentu. Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat.

Etika bisnis Islam merupakan kumpulan aturan-aturan ajaran (doktrin) dan nilai-nilai yang dapat menghantarkan manusia dalam kehidupannya menuju tujuan kebahagiaan hidup baik di dunia maupun akhirat.

Dalam agama Islam, aktivitas dan tujuan ekonomi dianggap sebagai suatu kaidah atau cara untuk mencapai kehidupan. Keselarasan ekonomi harus diselaraskan dengan tujuan yang terakhir yaitu untuk mendapatkan falah. Prinsip ekonomi Islam bertujuan untuk mengembangkan kebajikan semua pihak sebagaimana yang dinyatakan oleh konsep falah yang terdapat dalam Al-Qur'an. Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan nilai moral secara langsung. Untuk mencapai falah, aktifitas ekonomi harus mengandung dasar-dasar moral. Dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan ekonomi, nilai etika sepatutnya dijadikan sebagai norma, dan selanjutnya yang berkaitan dengan ekonomi haruslah dianggap sebagai hubungan moral.

Berikut ini ada 5 ketentuan umum etika berbisnis dalam Islam, yaitu: Kesatuan (*Tauhid*), Keseimbangan, Kehendak Bebas, Pertanggung jawaban, dan Kebenaran.

1. Kesatuan (*Tauhid*)

Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

2. Keseimbangan (Adil)

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan.

Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan.

3. Kehendak bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tidak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.

4. Tanggung jawab

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban untuk memenuhi tuntutan keadilan atau kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.

5. Kebenaran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

Dengan prinsip kebenaran ini, maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

C. Hasil Penelitian

Wawancara dilakukan terhadap 96 responden yang membeli beras di Pasar Leuwi Panjang. Dalam berjualan, pedagang bersikap santun dan ramah. Dalam menawarkan barang dagangannya, pedagang memakai bahasa daerah yang halus.

32 orang menjawab kalau pedagang berlebihan, 8 orang menjawab kalau pedagang sedikit berlebihan, 50 orang menjawab kalau pedagang sedikit berlebihan dan 6 orang menjawab kalau pedagang tidak menjelaskan apa-apa. Dari segi memuji barang secara berlebihan, pada umumnya cara pedagang dalam menjelaskan kualitas barangnya tidak berlebihan. Pedagang menjelaskan satu per-satu kualitas dan harga sesuai jenis berasnya dengan baik.

53 orang yang menjawab kalau pedagang menyembunyikan cacat barang, 24 orang yang menjawab kalau pedagang tidak menyembunyikan cacat barang dan 19 orang yang tidak memperhatikan kualitas berasnya, jadi tidak tahu kualitasnya sama atau tidak. Dari segi menyembunyikan cacat barang dagangannya, pada umumnya pedagang menyembunyikan cacat barang dagangannya. Kualitas beras yang nampak di atas dan di bawah tidak sama, tampilan atasnya bagus tetapi ternyata berasnya dicampur dengan beras kualitas jelek.

48 orang yang menjawab kalau pedagang mengurangi timbangan, 20 orang yang menjawab kalau pedagang tidak mengurangi timbangan dan 28 orang yang tidak pernah menimbang lagi di rumah, jadi tidak tahu apakah timbangannya sudah pas atau belum. Dari segi mengurangi timbangan, pada umumnya pedagang mengurangi timbangan. Menurut pembeli, kalau ditimbang lagi di rumah, suka kurang timbangannya. Dilihat dari hasil wawancara tersebut, seharusnya pedagang tidak

melakukan kecurangan, karena ternyata banyak pembeli juga yang sudah percaya dengan pedagang jadi tidak suka menimbang lagi di rumah.

46 orang yang menjawab kalau pedagang tidak pernah bersumpah tentang harga, 14 orang yang menjawab kalau pedagang bersumpah tentang harga dan 36 orang yang memang tidak pernah menawar harga beras. Dari segi berbohong tentang harga disertai sumpah, pada umumnya, pedagang tidak pernah bersumpah tentang harga. Kalau pembeli mencoba menawar, biasanya pembeli suka dikasih pilihan dengan beras lain yang harga dan kualitasnya lebih rendah, tidak pernah sampai bersumpah.

Berdasarkan hasil penelitian, etika bisnis menurut al-Ghazali tidak seluruhnya diterapkan di Pasar Leuwi Panjang. Dari keempat etika bisnis menurut al-Ghazali, ada 2 perilaku pedagang yang tidak sesuai yaitu pedagang menyembunyikan cacat barang dan mengurangi timbangan barang yang dijualnya.

D. Kesimpulan

1. Menurut al-Ghazali etika yang harus dilakukan oleh pedagang dalam menjalankan usahanya adalah tidak memuji-muji barang dagangannya secara berlebihan (tidak proporsional), tidak menyembunyikan cacat yang terdapat pada barang dagangannya, tidak mengurangi berat maupun ukuran dari suatu barang yang diperdagangkan, dan tidak berbohong berkenaan dengan harga suatu barang, terlebih lagi yang dikuatkan dengan pemberlakuan sumpah atasnya sebagai sarana meyakinkan pembeli.
2. Perilaku pedagang beras di Pasar Leuwi Panjang yang sesuai dengan pendapat al-Ghazali adalah dalam hal memuji-muji barang secara berlebihan dan berbohong tentang harga disertai sumpah. Pedagang menjelaskan satu persatu kualitas dan harga sesuai jenis berasnya dengan baik, tidak berlebihan dan pedagang tidak pernah bersumpah tentang harga, kalau pembeli mencoba menawar, biasanya pembeli suka diberikan pilihan beras yang lain dengan harga dan kualitas yang lebih rendah. Tetapi yang tidak sesuai dengan pendapat al-Ghazali adalah dalam hal menyembunyikan cacat barang dagangannya dan mengurangi timbangan. Kualitas beras yang nampak di atas dan di bawah tidak sama, tampilan atasnya bagus tetapi ternyata berasnya dicampur dengan beras kualitas jelek dan menurut pembeli, kalau ditimbang lagi di rumah, suka kurang timbangannya. Dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan penulis, seharusnya pedagang tidak melakukan kecurangan, karena ternyata banyak pembeli juga yang sudah percaya dengan pedagang jadi tidak suka menimbang lagi di rumah.
3. Berdasarkan hasil penelitian, etika bisnis menurut al-Ghazali tidak seluruhnya diterapkan di Pasar Leuwi Panjang. Dari keempat etika bisnis menurut al-Ghazali, ada 2 perilaku pedagang yang tidak sesuai yaitu pedagang menyembunyikan cacat barang dan mengurangi timbangan barang yang dijualnya.

Daftar Pustaka

- Abdul Aziz, *Ekonomi Sufistik Model al-Ghazali*, ALFABETA, Bandung, 2011.
 Ahmad Hanafi, *Pengantar Filsafat Islam*, Bulan bintang, Jakarta, 1990.
Al-Quran dan Terjemahnya, CV. Asy Syifa', Semarang, 1998.
 Al-Imam al-Ghazali, *Ihya' 'Ulumiddin 1: Ilmu dan Keyakinan* terjemahan Ibnu

- Ibrahim Ba'adillah, Republika, Jakarta, 2011.
-, *Ihya' 'Ulumiddin 3: Akhlak Keseharian* terjemahan Ibnu Ibrahim Ba'adillah, Republika, Jakarta, 2011.
- Andi Mappiare A T, *Dasar-dasar Metodologi Riset Kualitatif untuk Ilmu Sosial dan Profesi*, Jenggala Pustaka Utama, Malang, 2009.
- Arif Furchan, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*, Usaha Nasional, Surabaya, 1992.
- Arifin Johan, *Etika Bisnis Islami*, Walisongo Press, Semarang, 2009.
- Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif*, Airlangga University Press, Surabaya, 2005.
-, *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003.
- Dani Vardiansyah, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, Indeks, Jakarta, 2008.
- Dedi Supriadi, *Fiqih bernuansa Tasawuf al-Ghazali Perpaduan antara Syari'at dan Hakikat*, Pustaka Setia, Bandung, 2008.
- Eryati Darwin, *Etika Profesi Kesehatan*, Deepublish, Yogyakarta, 2014.
- Franz Magnis-Suseno, *Etika Dasar: Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*, Kanisius, Yogyakarta, 1987.
- Husen Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT. Gramedia Utama, Jakarta, 2003.
- Ibnu Hajar Al Asqholani, *Bulughul Maram*, Pustaka al-Hidayah, Bandung, 2009.
- Jusmaliani, M.E., *Bisnis Berbasis Syariah*, Bumi Aksara, Jakarta, 2008.
- K. Bertens, *Etika*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1993.
- M. Amin Abdullah, *Antara al-Ghazali dan Kant: Filsafat Etika Islam*, Mizan, Bandung, 2002.
- Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, Erlangga, Jakarta, 1999.
- Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, Bumi Aksara, Jakarta, 1996.
- Muhammad, R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Bisnis*, Salemba Diniyah, 2002.
- Pawito, Ph.D, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, LkiS, Yogyakarta, 2007.
- Sholihin, *Penyucian Jiwa Dalam Perspektif Tasawuf al-Ghazali*, Pustaka Setia, Bandung, 2000.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ALFABETA, Bandung, 2008.
- Syamsul Josh, *Galeri-Pena: Biografi al-Ghazali*, Bandung, 2012.
- Teguh Budiarto, *Dasar Pemasaran*, Gunadarma, Jakarta, 1993.
- Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani Press, Jakarta, 1997.