

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG DI BAZAR MADINAH DEPOK

Fitri Amalia

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

v3amalia@gmail.com

Abstrak

Konsep pasar seperti pada zaman Nabi Muhammad saw diterapkan pada Pasar Madinah. Pasar Madinah lebih dikenal dengan nama Bazaar Madinah merupakan jenis pasar yang menjalankan kegiatan perdagangan berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Pelaksanaan etika bisnis Islam selalu dipantau oleh badan pengawas, sehingga hal-hal yang melanggar nilai, prinsip maupun etika Islam oleh para pedagang dapat dihindari.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam bagi para pedagang di Bazaar Madinah Depok. Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi kasus dengan metode survei. Penelitian yang dilakukan berupa deskriptif menggunakan studi literatur serta mengambil data primer dalam bentuk pengisian kuesioner dan wawancara. Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur etika bisnis Islam, yaitu meliputi empat aspek: prinsip, manajemen, marketing/iklan dan produk/harga. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang di Bazaar Madinah Depok.

Kata kunci: etika bisnis Islam, Bazaar Madinah, prinsip-prinsip syariah

Abstract

Market concept as in the time of Prophet Muhammad applied to the Pasar Madinah. Pasar Madinah or which currently known as the Bazaar Madina, is running a trading activity based on Shariah principles. Implementation of islamic business ethics is always monitored by a supervisory agency, so that things that violate value , principle and ethics islamic by traders can be avoided .

The purpose of this research is to know how the implementation of Islamic business ethics for the seller/ trader in the Bazaar Madinah Depok. This research is the kind of case study research by the method of survey. Research conducted in the form of a descriptive study using literature as well as take primary data in the form of filling the questionnaires and interviews. There are some indicators that can be used to measure the islamic business ethics, which includes four aspects: principles, management, marketing/advertising and product/price. The respondents had to be in this research is all seller/ traders in the Bazaar Madinah Depok .

Keyword: Islamic Business Ethics, Bazaar Madinah, Shariah Principles

PENDAHULUAN

Dalam perekonomian Islam., pasar memiliki kedudukan yang penting. Rasulullah sangat menghargai harga yang adil yang terbentuk di pasar. Karena ini dalam islam, nilai-nilai moralitas yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanan seorang muslim kepada Allah. Bahkan Rasulullahpun tidak menyukai transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan nilai-nilai moralitas. Implementasi nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar, artinya setiap pedagang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan sebesar-besarnya tetapi juga keberkahan.

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Prilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup bisnis.

Bersama dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah di atur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupan termasuk didalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.

Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk kegiatan yang dilakukan oleh para pedagang di pasar. Dalam Islam, pasar merupakan tempat transaksi ekonmi yang ideal, karena secara teoretis maupun praktis Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syariah. Hal inilah yang dicoba untuk diterapkan di Bazar Madinah. Bazar (pasar) Madinah merupakan suatu konsep pasar Islam yang didalamnya ditumbuhi nilai-nilai syariah seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk muslim namun juga non muslim. Disini setiap pedagang yang ingin berjualan tidak dihadapkan pada syarat-syarat yang memberatkan seperti contohnya bayar sewa, tetapi diberi kemudahan asalkan mereka menyetujui aturan atau nilai-nilai Islam yang berlaku di pasar tersebut. Dalam menjalankan kegiatannya, para pedagang juga diawasi oleh badan pengawas dan tentunya kegiatan yang dilakukan tidak melupakan aturan, norma dan nilai yang tertuang sebagai etika bisnis Islam. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka ada beberapa hal yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimanakah konsep pasar secara Islam dan etika bisnis Islam. Serta sejauh mana implementasi etika bisnis Islam pada pedagang di Bazar Madinah Depok.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi kasus dengan menggunakan metode survei pada seluruh pedagang di Bazar Madinah Depok. Yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah etika bisnis Islam yang diproksikan dengan beberapa indikator seperti: Prinsip, Manajemen, Produk dan Harga. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 11 orang yang terdiri dari pemilik usaha (owner) dan karyawan.

Penelitian yang dilakukan berupa deskriptif dengan menggunakan studi literatur serta mengambil data primer dalam bentuk pengisian kuesioner sebanyak 35 butir pertanyaan dan wawancara. Beberapa hal pertanyaan yang diajukan terkait dengan penerapan etika bisnis Islam di tempat yang menjadi objek penelitian. Pertanyaan tersebut meliputi empat aspek yaitu: Prinsip (10 butir), Manajemen (15 butir), Produksi (5 butir) dan Harga (5 butir). Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Data diolah secara tabulasi untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian.

PEMBAHASAN

Islam menempatkan pasar sebagai tempat perniagaan yang sah, halal dan ideal. Meskipun terdapat persaingan, pasar dalam Islam tetap ditumbuhi dengan nilai-nilai syariah seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran dan persaingan sehat, dimana persaingan sehat tersebut tetap menempatkan nilai dan moralitas Islam. Ibn Taymiyyah menyebutkan bahwa ada beberapa karakteristik atau ciri pasar yang Islami, antara lain: adanya kebebasan bagi setiap orang untuk keluar masuk pasar, tidak ada monopoli, adanya informasi yang cukup, tidak ada sumpah palsu, kecurangan dalam takaran dan tidak adanya penjualan barang yang diharamkan. Ajaran Islam menjunjung tinggi kebebasan individu, tetapi yang dibatasi oleh nilai syariah dan mengarah pada kerjasama dan bukan pada persaingan yang mematikan.

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangnya. Dalam islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan sunnaturnasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari.

Istilah bisnis dalam Al-Qur'an yaitu *al-tijarah* dan dalam bahasa arab *tijaraha*, berawal dari kata dasar *t-j-r*, *tajara*, *tajran wa tijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. *At-tijaratun walmutjar* yaitu perdagangan, perniagaan (menurut kamus al-munawwir). Menurut ar-Raghib al-Asfahani dalam al-mufradat fi gharib al-Qur'an, *at-Tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Menurut Ibnu Farabi, yang dikutip ar-Raghib, *fulanun tajirun bi kadza*, berarti seseorang yang mahir dan cakap yang mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahanya.

Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran Al-Qur'an, As-Sunnah, Al-Ijma dan Qiyas (Ijtihad) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut. Ada beberapa ayat di dalam Al Qur'an yang berbicara mengenai bisnis,

diantaranya: Al-Baqarah (282); An-Nisaa (29); At-Taubah (24); An-Nur (37); Fatir (29); As-Shaff (10) dan Al-Jum'ah (11).

Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan usaha (bisnis), namun dalam Islam ada beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang menjalankan usaha, diantaranya:

1. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib.
2. Rezeki yang dicari haruslah rizki yang halal.
3. Bersikap jujur dalam menjalankan usaha.
4. Semua proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
5. Bisnis yang akan dan sedang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup.
6. Persaingan dalam bisnis dijadikan sebagai sarana untuk berprestasi secara fair dan sehat (*fastabikul al-khayrat*).
7. Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan.
8. Menyerahkan setiap amanah kepada ahlinya, bukan kepada sembarang orang, sekalipun keluarga sendiri.

Dan dalam bertransaksi secara syari'ah, ada beberapa prinsip yang harus dipegang, yakni: saling ridha (*'An Taradhin*), bebas manipulasi (*Ghoror*), aman/tidak membahayakan (*Mudharat*), tidak spekulasi (*Maysir*), tidak ada monopoli & menimbun (*ihthikar*), bebas riba, dan halalan thayyiban.

Para pelaku bisnis atau disebut juga sebagai pelaku usaha ataupun wirausaha merupakan orang ataupun sekelompok orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Cara berpikir seorang wirausaha adalah selalu berusaha mencari, memanfaatkan peluang usaha yang dapat memberi keuntungan.

Dalam Al Qur'an, semangat kewirausahaan ada dalam QS. Hud: 61, QS. Al-Mulk: 15, dan QS. Al Jum'ah: 10, QS. Al-Anbiya: 125, QS. Ar-Ra'du:11) dimana manusia diperintahkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya ke arah yang lebih baik serta diperintahkan berusaha untuk mencari rizki. Sedangkan dalam Hadits semangat kewirausahaan juga tercermin sebagai berikut: HR.Bukhari; HR.Tirmidzi dan Ibnu Majah; HR.Ahmad; HR.Al-Bazzar.

Berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada 11 orang pedagang sebagai responden, maka hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Sebanyak 83% para pedagang di Bazar Madinah sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya. Beberapa prinsip Islam yang dimaksud seperti: prinsip amal ma'ruf nahi munkar, prinsip halal-haram, kejujuran, keterbukaan, keadilan, saling percaya dan kekeluargaan. Sementara hanya sebagian kecil, sekitar 17% dari responden yang masih belum menerapkan etika bisnis Islam ini.
2. Hampir seluruh pedagang di Bazar Madinah, yakni sebesar 96% didalam kegiatan produksi sudah menjalankan sesuai syariat Islam, seperti dalam hal menjual barang sesuai syariah Islam yang halal dan baik untuk dikonsumsi. Dan tentunya dalam kegiatan produksi tidak mengenyampingkan aspek lingkungan. Setiap individu memiliki kewajiban untuk ikut mensejahterakan lingkungan sosialnya yang dimulai

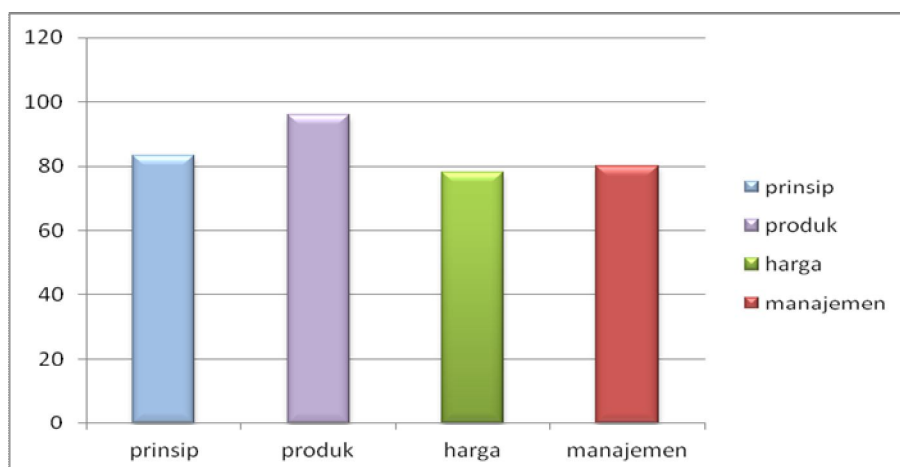
dari lingkungan terdekat mulai dari kerabat, tetangga sampai masyarakat. Tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat menurut Satyanugraha (2003) yang dikutip dalam Sofyan adalah: tidak merusak lingkungan, menjamin keselamatan masyarakat yang ada disekitarnya serta harus berdampak positif kepada masyarakat.

3. Untuk sistem harga, sebanyak 78% pedagang di Bazar Madinah sudah menerapkan sistem harga sesuai yang disyariahkan. Hal ini tampak pada harga yang diberikan pada konsumen yang tidak berlebihan, tidak mengambil untung berlebihan (riba) dan tidak memonopoli harga maupun monopoli barang sehingga persaingan yang tidak sehat antar pedagang tidak ditemukan, sebab di sini pedagang menjual makanan yang berbeda dengan pedagang lainnya.

Dalam Islam rekayasa harga adalah suatu hal yang dilarang. Rasulullah saw menyatakan bahwa harga di pasar ditentukan oleh Allah. Ketentuan harga diserahkan pada mekanisme pasar yang alamiah. Hal ini dapat dilakukan ketika pasar dalam keadaan normal. Namun ketika pasar dalam keadaan tidak sehat, seperti adanya kasus penimbunan, riba, penipuan dan praktek kezaliman, maka pemerintah memiliki wewenang untuk menetapkan harga. Teori harga menurut pendekatan Islam seperti yang dijelaskan oleh Ibnu Taimiyyah (661-728 H)/ 1263-1328 M) serta Ibnu Khaldun (732-806 H/ 1332-1404 M) bahwa harga ditentukan oleh mekanisme pasar, mulai dari *needs, distribution, demand and supply*, bukan hasil dari *intervention* dan *involvement* pihak lain, pemilik modal (produsen) dan pemerintah.

4. Manajemen secara syariah Islam sudah diimplementasikan oleh sekitar 80% dari para pedagang di bazar madinah. Ada tiga aspek manajemen yang dinilai, yakni manajemen sumber daya manusia (SDM), manajemen keuangan serta pemasaran.

Dalam perusahaan, pihak yang bertanggung jawab adalah manajemen, sehingga sulit untuk memisahkan antara manajemen dan perusahaan. Dalam Islam, manusia diciptakan oleh Allah swt untuk memakmurkan bumi sehingga disebut sebagai khalifah. Menurut Effendy ada beberapa prinsip manajemen Islami: prinsip amal makruf nahi munkar, kewajiban menegakkan kebenaran, menegakkan keadilan dan menyampaikan amanat. Sementara masih menurut sumber yang sama, yang menjadi ciri-ciri manajemen Islam, antara lain: manajemen berdasarkan akhlak luhur (akhlakul karimah), terbuka, demokratis, berdasarkan ilmu, tolong menolong (ta'awun) dan berdasarkan perdamaian.



Gambar 1. Hasil Kuesioner (diolah)

KESIMPULAN

Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta. Karenanya, segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara-cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman lainnya. Kesadaran terhadap pentingnya etika dalam bisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat dirinya sendiri ketika berhadapan dengan hal baik dan buruk, yang halal dan yang haram. Etika bisnis Islam juga diterapkan pada para pedagang sehingga apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah segala puji kepada Allah swt, karena dengan rahmat dan izinNya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan paper ini. Terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian paper ini, terutama bagi para pedagang Bazar Madinah yang telah meluangkan waktu dan kesediaannya untuk mengisi angket dan bersedia untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari penulis terkait dengan paper ini. Semoga paper ini bisa memberikan manfaat bagi diri penulis sendiri maupun bagi pihak yang berkepentingan terutama pelaku bisnis untuk bisa menerapkan sisi etika dalam kegiatan yang dijalankannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagir, Haidar. 2010. *Etika Bisnis: Antara Spiritualitas, Moralitas dan Hukum Ekonomi; Sebuah Pointer*. Makalah Disampaikan dalam Seminar Etika Bisnis Islam. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Ermawati, Tuti. 2006. *Kewirausahaan dalam Islam*. LIPI. Jakarta
- Harahap, Sofyan S. 2010. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Salemba Empat, Jakarta
- Jalil, Abdul, et all. *Implementation Mechanism of Ethics in Business Organizations*. International Business Research. Vol. 3, No. 4; October 2010. www.ccsenet.org/ibr
- Mujahidin, Akhmad. 2005. Etika Bisnis dalam Islam (Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis). *Hukum Islam*. Vol. IV No.2 Desember 2005
- Mustaq, Ahmad. 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Pustaka Al-Kautsar: Jakarta.
- Rice, Gillian. 1999. *Islamic Ethics and the Implications for Business*. *Journal of Business Ethics* 18: 345-358. Kluwer Academic Publisher: Netherlands.
- Yahya, Nilzam. *Sistem Ekonomi Islam (Studi Atas Pemikiran Imam Al Ghazali)*. LIPI. Edisi 7. Vol IV, April 2008.