

# ETIKA BISNIS MENURUT PERSPEKTIF ISLAM

H. Muhammad Ala'uddin

## Abstrak

Business in Islamic perspective is not only simply material ends but also immaterial ones. Given this, business in Islam must be carried out professionally and compatible to Syariah values. This is so since business in Islam has two dimensions: vertical and horizontal. The Koran therefore has offered the concept of business without loss (*tijaratan lan taburra*) to all businessmen, i.e. despite losing financially, yet making a profit in the form of religious rewards. Accordingly, this kind of business can only be acquired by observing carefully the vertical and horizontal dimension of business in Islam.

**Kata Kunci :** *Etika Bisnis, Kegagalan Pasar.*

### A. PENDAHULUAN

Dewasa ini boleh di katakan tidak ada negara yang aktivitas ekonominya bebas dari campur tangan pemerintah. Kecenderungan tersebut juga terjadi di negara yang perekonomiannya paling liberal atau kapitalis sekalipun. Bila dilihat sejarah ke belakang hal ini merupakan siklus yang terus berputar, pada masa Merkantilisme dimana peran pemerintah cukup dominan dalam perekonomian mengalami kegagalan yang ditandai dengan lahirnya teori Klasik Adam Smith. Kemudian diganti dengan peran swasta yang begitu dominan dalam perekonomian suatu negara. Namun peran swasta tersebut juga menemui kegagalan yang dikenal sebagai kegagalan pasar (*market failure*). Hal ini ditandai dengan adanya depresi besar akibat mekanisme pasar tidak berjalan sebagai mestinya, yang pada akhirnya pemerintah diharapkan untuk memainkan peran dalam perekonomian. Dengan kata lain peran pemerintah tetap diperlukan, bukan dihapuskan.

Sejalan dengan berakhirnya pertemuan para pemimpin APEC di Osaka Jepang dan dengan diperjelasnya istilah untuk menjadikan Asia Pasifik ditahun 2000 menjadi daerah perdagangan yang bebas sehingga batas dunia akan semakin

"kabur" (*borderless world*).<sup>1</sup> Hal ini jelas membuat semua kegiatan saling berpacu satu sama lain untuk mendapatkan kesempatan (*opportunity*) dan keuntungan (*profit*). Kadangkala untuk mendapatkan kesempatan dan keuntungan tadi, memaksa orang untuk menghalalkan segala cara mengindahkan ada pihak yang dirugikan atau tidak.

Dengan kondisi seperti ini, pelaku bisnis jelas akan semakin berpacu dengan waktu serta negara-negara lainnya agar terwujud suatu tatanan perekonomian yang saling menguntungkan. Namun perlu dipertanyakan apakah yang diharapkan oleh pemimpin APEC tersebut dapat terwujud, manakala masih ada bisnis di Indonesia khususnya dan internasional umumnya dihinggapai kehendak saling "menindas" agar memperoleh tingkat keuntungan yang berlipat ganda. Inilah yang merupakan tantangan dan diperlukannya etika dalam bisnis agar nantinya tidak terjadi gangguan pasar.

Dunia bisnis seharusnya mampu menciptakan perilaku bisnis yang bermoral dan beretika, berbicara tentang moral sangat erat kaitannya dengan pembicaraan agama dan budaya, artinya kaidah-kaidah dari moral pelaku bisnis sangat dipengaruhi oleh ajaran serta budaya yang dimiliki oleh pelaku-pelaku bisnis sendiri. Setiap agama mengajarkan pada umatnya untuk memiliki moral yang terpuji, apakah itu dalam kegiatan mendapatkan keuntungan dalam berbisnis. Jadi, moral sudah jelas merupakan suatu yang terpuji dan pasti memberikan dampak positif bagi kedua belah pihak. Umpamanya, dalam melakukan transaksi, jika dilakukan dengan jujur dan amanah, jelas kedua belah pihak akan merasa puas dan memperoleh kepercayaan satu sama lain, yang pada akhirnya akan terjalin kerja sama yang erat saling menguntungkan.

Perilaku bisnis yang bermoral perlu terus ada agar terdapat dunia bisnis yang benar-benar menjamin tingkat kepuasan konsumen, baik pada konsumen maupun produsen. Isu yang mencuat adalah semakin pesatnya perkembangan informasi tanpa diimbangi dengan dunia bisnis yang bermoral, dunia ini akan menjadi suatu

---

<sup>1</sup>Ritha F. Dalimunthe, *Etika Bisnis* (e-USU Repository: Universitas Sumatera Utara, 2004), 1.

rimba modern yang kuat menindas yang lemah, sehingga apa yang diamanatkan UUD 1945, Pasal 33 dan GBHN untuk menciptakan keadilan dan pemerataan tidak akan pernah terwujud.

## **B. Kegagalan Pasar**

Pasar merupakan tempat terjadinya transaksi bisnis, tempat bertemunya permintaan dan penawaran. Mekanisme pasar dapat menjadi alokasi sumber daya yang efisien, apabila asumsi-asumsinya terpenuhi, antara lain pelaku pasar bersifat rasional, memiliki informasi sempurna, pasar berbentuk persaingan sempurna dan barang bersifat privat. Proses pertukaran (*Exchange*) tidak terbatas dimensi waktu dan tempat (*timeless* dan *placeless*). Sayangnya kenyataannya tidak seperti dunia ideal, banyak asumsi tidak cocok dengan lapangan. Dalam ilmu konvensional dikenal istilah kegagalan pasar (*market Failure*). Kegagalan pasar ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu, Informasi tidak sempurna (*incomplete information*), Daya monopoli (*monopoly power*), Eksternalitas (*Externality*), Barang Publik (*Public goods*), dan barang altruisme (*altruism Good*).

Struktur atau bentuk organisasi pasar akan mengganggu mekanisme pasar dengan cara yang sistematis atau terstruktur pula. Struktur pasar yang dimaksudkan adalah monopoli, duopoli, oligopoli, dan kompetisi monopolistik. Dalam monopoli misalnya, terdapat halangan untuk masuk (*entry barrier*) bagi perusahaan lain yang ingin memasuki pasar sehingga tidak terdapat persaingan antarprodusen. Produsen monopolis dapat saja mematok harga tinggi untuk memperoleh keuntungan diatas normal (*monopistic rent*). Demikian pula pada bentuk pasar lainnya, meskipun pengaruh distorsinya (gangguan) tidak sekuat monopoli, akan mendistorsi bekerjanya mekanisme pasar yang sempurna.

Selain itu, juga terdapat faktor-faktor insidental dan temporer yang mengganggu mekanisme pasar. beberapa contoh hal ini adalah usaha sengaja menimbun untuk menghambat pasokan barang agar harga pasar menjadi tinggi (*ikhtikar*), penciptaan permintaan semu untuk menaikkan harga (*najasyi*), penipuan kuantitas, kualitas, harga, atau waktu pengiriman barang (*tadlis*), kolusi

para pedagang untuk membuat harga di atas normal (*bai al-hadir lil badi*), dan lain-lain.

Ketidaksempurnaan pasar juga bisa muncul disebabkan karena ketidaksempurnaan informasi yang dimiliki para pelaku pasar (penjual dan pembeli). Informasi merupakan hal penting sebab ia menjadi dasar bagi pembuatan keputusan produsen berkepentingan untuk mengetahui seberapa besar permintaan pasar dan tingkat harganya, berapa harga input dan teknologi yang tersedia, dan lain-lain sehingga dapat menawarkan barangnya secara akurat. Demikian pula konsumen, ia harus mengetahui tingkat harga pasar yang berlaku, kualitas barang yang dibelinya, dan lain-lain sehingga dapat menentukan permintaannya dengan akurat pula. Oleh karena itu, maka Rasulullah telah melarang berbagai transaksi yang terjadi dalam ketidaksempurnaan informasi, misalnya menghalangi transaksi pada pasar (*talaqi rukhban*), mengambil keuntungan tinggi dengan memanfaatkan kebodohan konsumen (*ghaban fa hisy*), dan lain-lain.

Penyesuaian para pelaku pasar terhadap suatu kejutan (*shock*) yang terjadi di dalam pasar biasanya membutuhkan waktu. Penyesuaian keahlian tenaga kerja, misalnya, tidak bisa dilakukan secara cepat. Jika permintaan terhadap keahlian tertentu akan mengalami penurunan di masa mendatang, maka tingkat upahnya akan cenderung turun. Masyarakat biasanya lambat dalam merespon gejala ini tetap berusaha memperoleh keahlian ini untuk jangka waktu tertentu. Ketika mereka akhirnya menerima tingkat upah yang rendah, perpindahan menuju pekerjaan lain yang tingkat upahnya lebih tinggi juga tidak akan serta merta terjadi. Mereka akan tetap bekerja dengan upah yang rendah tersebut dalam jangka waktu beberapa lama.

Ketika membahas masalah mekanisme pasar, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan antara *supply* dan *demand*. Pertemuan antara permintaan dan penawaran tersebut harus terjadi rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa, tertipu atau adanya kekeliruan objek

transaksi<sup>2</sup> dalam melakukan transaksi barang tertentu. Dengan demikian, di dalam Islam sebenarnya menjamin pasar bebas, di mana para pembeli dan penjual bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang berjalan lancar<sup>3</sup> dalam kerangka keadilan, yakni tidak ada (baik individu maupun kelompok, produsen maupun konsumen, apalagi pemerintah) yang zalim dan dizalimi.<sup>4</sup>

Hal di atas tentu merupakan situasi ideal. Namun pada kenyataannya, situasi ideal tersebut tidak selalu tercapai, karena seringkali terjadi gangguan atau interupsi pada mekanisme pasar yang ideal ini. Gangguan ini yang disebut sebagai distorsi pasar (*market distortion*). Distorsi atau ketidaksempurnaan pasar adalah yang membuat kondisi ekonomi tidak efisien sehingga mengganggu agen ekonomi dalam memaksimalkan kesejahteraan sosial dalam rangka memaksimalkan kesejahteraan mereka sendiri. Kondisi dimana dipergunakan untuk mengukur distorsi adalah deviasi antara harga pasar yang bagus dan biaya marjinal yaitu perbedaan antara tingkat substitusi marjinal di konsumsi dan transformasi marjinal ditingkat produksi. Seperti itu dapat mengakibatkan deviasi dari monopoli, tarif dan kuota impor, yang pada teori dapat menimbulkan beberapa jenis perilaku disebut pebisnis numpang lewat. Sumber distorsi adalah *uncorrected eksternalitas*, Diskriminasi pajak pada harga barang atau pendapatan, inflasi, dan informasi kurang lengkap. Masing-masing yang dapat mengakibatkan kerugian bersih dipihak konsumen. Pada kondisi ideal adalah keadaan dimana adanya persaingan sempurna tanpa adanya distorsi pasar sehingga terjadi keseimbangan dari penawaran dan permintaan.

Dalam Islam distorsi pasar atau ketidaksempurnaan pasar dapat menyebabkan situasi ideal yang akan dicapai dalam suatu mekanisme pasar tidak dapat tercapai karena adanya gangguan atau distorsi pasar. Tiga bentuk distorsi pasar di atas dalam Islam sangat melarangnya. Karena, konsep Islam penentuan

---

<sup>2</sup>Abdurrahman Raden Aji Haqqi, *The Philosophy of Islamic Law of Transaction* (Kuala Lumpur: Univision Press Sdn Bhd, 1999), bab 9. Dalam Adiwarmanto A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008), 181.

<sup>3</sup>Adiwarmanto A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008), 181.

<sup>4</sup>Ibid, 34

harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Islam menjamin pasar bebas diman para pembeli dan penjual bersaing satu sama lain dalam arus informasi yang lancar dalam kerangka keadilan, yakni tidak ada yang dirugikan baik individu atau kelompok, produsen maupun konsumen, apalagi pemerintah yang zalim atau dizalimi.

### **C. Etika Bisnis dalam Perspektif Islam**

Ada beberapa hal yang harus dihindari oleh seorang pebisnis agar ketika terjadinya pertemuan antara permintaan dan penawaran tersebut terjadi rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa, tertipu atau adanya kekeliruan objek transaksi<sup>5</sup> dalam melakukan transaksi barang tertentu. Di mana para pembeli dan penjual bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang berjalan lancar<sup>6</sup> dalam kerangka keadilan, yakni tidak ada (baik individu maupun kelompok, produsen maupun konsumen, apalagi pemerintah) yang zalim dan dizalimi.

#### **1. Rekayasa Permintaan Dan Rekayasa Penawaran**

Secara umum segala kondisi atau praktek transaksi di pasar baik barang maupun jasa yang akan berdampak pada tidak tercapainya mekanisme pasar secara efisien dan optimal maka dapat dipastikan ada distorsi yang ikut berperan dalam pembentukan harga tersebut. Dalam bagian ini dijelaskan bahwa distorsi dalam bentuk rekayasa pasar dapat berasal dari 2 sudut, yakni permintaan dan penawaran.

##### **a. Bai'Najasy**

Transaksi najasy diharamkan karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik pula untuk membeli. Si penawar sendiri tidak bermaksud untuk benar-benar membeli barang tersebut. Ia hanya ingin menipu orang lain yang benar-benar ingin membeli. Sebelumnya orang ini telah mengadakan kesepakatan dengan

---

<sup>5</sup>Abdurrahman Raden Aji Haqqi, *The Philosophy of Islamic Law of Transaction* (Kuala Lumpur: Univision Press Sdn Bhd, 1999), bab 9. Dalam Adiwarmman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008), 181.

<sup>6</sup>Adiwarmman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008), 181.

penjual untuk membeli dengan harga tinggi agar ada pembeli yang sesungguhnya dengan harga tinggi pula dengan maksud untuk ditipu. Akibatnya terjadi permintaan palsu (*false demand*). Tingkat permintaan yang tercipta tidak dihasilkan secara alamiah.<sup>7</sup>

### **b. Ikhtikar**

Bersumber dari Said bin al-Musayyab dari Ma'mar bin Adbullah al-adawi bahwa Rasulullah Saw bersabda, "*Tidaklah orang yang melakukan ikhtikar itu kecuali ia berdosa*". Ikhtikar ini sering kali diterjemahkan sebagai monopoli atau penimbunan, padahal sebenarnya ikhtikar tidak identik dengan monopoli atau penimbunan. Dalam Islam, siapapun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual (monopoli) atau ada penjual lain. Menyimpan stok barang untuk keperluan persediaan pun tidak dilarang dalam Islam. Jadi monopoli sah-sah saja. Demikian pula menyimpan persediaan. Yang dilarang adalah ikhtikar, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi, atau istilah ekonominya *monopoly's rent-seeking*. Hakikat dari ikhtikar adalah memproduksi lebih sedikit dari kemampuan produksinya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih.<sup>8</sup>

### **c. Tallaqi Rukhban**

Tindakan yang dilakukan oleh pihak yang lebih memiliki informasi yang lebih lengkap (pedagang) membeli barang penjual (produsen yang tidak memiliki informasi yang benar tentang harga di pasar) yang masih diluar kota, untuk mendapatkan harga yang lebih murah dari harga pasar sesungguhnya. Transaksi ini dilarang karena mengandung dua hal : pertama, rekayasa penawaran yaitu mencegah masuknya barang ke pasar (*entry*

---

<sup>7</sup>Ismail Nawawi, *Isu Nalar Ekonomi Islam* (Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya, 2013), 846.

<sup>8</sup>Ibid.

*barrier*), dan kedua, mencegah penjual dari luar kota untuk mengetahui harga pasar yang berlaku.<sup>9</sup>

Inti dari pelarangan ini adalah tidak adilnya tindakan yang dilakukan oleh pedagang kota yang tidak menginformasikan harga yang sesungguhnya terjadi dipasar. Apabila transaksi jual beli antara dua belah pihak di mana yang satu memiliki informasi yang lengkap dan yang satu tidak tahu berapa harga dipasar yang sesungguhnya dan kondisi demikian dimanfaatkan untuk mencari untung yang berlebih, maka terjadilah penzaliman.

Inilah bukti bahwa tindakan Tallaqi Rukhbn tidak hanya saja menzalimi si petani, tetapi telah merusak keseimbangan pasar pada level yang lebih rendah. Abu Hurairah pernah meriwayatkan, bahwa Rasulullah Saw, bersabda: “Janganlah kau keluar menyambut orang-orang yang membawa hasil panen ke dalam kota kita”.

Hikmah yang bisa diambil dari pelarangan ini adalah pembelian hasil panen, yang merupakan komoditi yang pokok dan dibutuhkan semua orang, baik kaya maupun miskin harus dijual secara terbuka di pasar. hal ini untuk mencegah pembelian tunggal komoditi pokok tersebut pindah ke satu pihak, dengan demikian pemerintah lebih mudah untuk mengontrol harga dipasar.

#### **d. Al-Ghaban al-Fahisy**

Al-Ghaban menurut bahasa bermakna *al-khada'* (trik). Ghabn adalah menjual/membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi dari harga rata-rata, atau dengan harga yang lebih rendah dari harga rata-rata. Ghabn yang keji, secara syar'i hukumnya memang haram. Sebab keharamannya telah ditetapkan berdasarkan hadits yang sahih, yang mengandung tuntutan yang tegas untuk meninggalkannya.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008), 160.

<sup>10</sup>Ibid



Imam al-Bukhari menuturkan hadis dari Abdullah bin Umar ra bahwa pernah ada seorang laki-laki mengatakan kepada Nabi Saw. bahwa dia telah melakukan trik dalam jual-beli. Beliau bersabda: "*Apabila kamu menjual maka katakanlah, "tidak ada khilabah"*" (HR al Bukhari). Dari hadits telah menuntut agar khilabah atau khadi'ah (penipuan) ditinggalkan sehingga hukumnya haram. Dari sini maka al-ghabn (melakukan trik) itu juga haram. Hanya saja, ghabn yang diharamkan adalah ghabn yang keji. Sebab, 'illat pengharaman ghabn adalah karena ghabn itu merupakan penipuan dalam harga; tidak disebut penipuan kalau hanya sedikit (ringan), karena ghabn adalah ketangkasan pada saat menawar.

Jadi, ghabn disebut *khida'* (penipuan) jika sudah sampai pada taraf keterlaluan (keji). Jika ghabn memang telah terbukti maka pihak yang tertipu boleh memilih sesukanya, antara membatalkan atau meneruskan jual-belinya. Artinya, jika telah tampak adanya unsur penipuan dalam jual-beli maka pihak yang tertipu boleh mengembalikan harganya dan meminta kembali barangnya, jika dia seorang penjual; atau boleh mengembalikan pembeliannya dan mengambil kembali uangnya jika dia seorang pembeli, sama sekali tidak dibolehkan meminta ganti rugi. Artinya, orang yang bersangkutan tidak boleh mengambil perbedaan harga barang yang sesungguhnya dengan harga yang sebelumnya telah digunakan untuk menjualnya.

Imam ad-Daruquthni telah menuturkan hadis dari Muhammad bin Yahya bin Hibbab, yang mengatakan, bahwa Nabi Saw. pernah bersabda "*Jika engkau membeli maka katakanlah, 'Tidak ada penipuan (khilabah)'. kemudian, dalam setiap pembelian, engkau diberi pilihan hingga tiga malam. Jika engkau ridha maka ambillah. Jika engkau marah (tidhak ridha) maka kembalikanlah kepada pemiliknya.*" (HR ad-Daruquthni)

Hadis ini menunjukkan, bahwa pihak yang tertipu diberi pilihan. Hanya saja, pilihan ini ditetapkan berdasarkan dua syarat : (a) pada saat terjadinya akad jual-beli yang bersangkutan tidak tahu; (b) Penambahan atau

pengurangan harga yang sangat mencolok itu memang tidak pernah dilakukan orang lain pada saat terjadinya akad tersebut.

*Ghabn al-fahis* (trik yang keji) adalah istilah yang digunakan oleh para pedagang atau pelaku bisnis karena memang dianggap sebagai trik yang keterlaluan. Dalam hal ini, ia tidak diukur berdasarkan sepertiga atau seperempat harga, namun dikembalikan pada istilah para pedagang atau pelaku usaha di negeri tersebut pada saat terjadinya akad/transaksi jual-beli, karena hal itu memang berbeda-beda sesuai dengan perbedaan barang dan kondisi pasarnya.

## **2. Tadlis**

Pada dasarnya akad jual-beli itu bersifat mengikat. Jika akad jual-beli telah sempurna dengan adanya ijab dan qabul antara penjual dan pembeli, lalu majelis jual-belinya telah berakhir, maka akad tersebut berarti telah mengikat dan wajib dilaksanakan oleh pembeli maupun penjual. Hanya saja ketika transaksi muamalah itu harus sempurna dengan cara yang bisa menghilangkan perselisihan anatar individu, maka syariah telah mengharamkan individu tersebut untuk melakukan tadlis (penipuan) dalam jual-beli. Bahkan syariah telah menjadikan penipuan sebagai suatu dosa, baik dilakukan oleh pihak penjual maupun pihak pembeli, baik menyangkut barang atau uang. Semua itu hukumnya haram. Sebab, penipuan memang bisa dilakukan oleh pihak penjual maupun pihak pembeli.

Yang dimaksud dengan penipuan dalam menjual barang adalah jika ia menyembunyikan cacat barang daganganay dari calon pembeli, padahal dia jelas-jelas mengetahuinya, atau dia sengaja menutupi cacat tersebut dengan sesuatu yang bisa mengelabui pembeli, sehingga terkesan tidak cacat, atau dia menutupin barangnya dengan sesuatu yang bisa menampakkan seakan-akan barang daganganya semuanya baik. Macam-macam tadlis adalah sebagai berikut:<sup>11</sup>

### **a. Tadlis dalam Kuantitas**

---

<sup>11</sup>Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam...*, 188.

Tadlis dalam kuantitas termasuk juga kegiatan menjual barang kuantitas sedikit dengan harga barang kuantitas banyak. Mislanya menjual baju sebanyak satu kontainer. Karena jumlah banyak dan tidak mungkin di hitung satu per satu, penjual berusaha melakukan penipuan dengan mengurangi jumlah barang yang dikirim kepada pembeli. Perlakuan penjual untuk tidak jujur disamping merugikan pihak penjual juga merugikan pihak pembeli. Apapun tindakan pembeli, penjual yang tidak jujur akan mengalami penurunan *utility*, begitu pula dengan pembeli yang mengalami penurunan *utility*

Praktik mengurangi timbangan dan mengurangi takaran merupakan contoh klasik yang selalu digunakan untuk menerangkan penipuan kuantitas ini. Sedangkan kejahatan ini sering kali terjadi dan fenomena kecurangan dalam transaksiperdagangan. Oleh karena itu sejak 1300 tahun yang lalu, islam telah melakukan langkah-langkah untuk membuat standarisasi timbangan sebagai alat ukur.

#### **b. Tadlis dalam Kualitas**

Tadlis dalam kualitas termasuk juga menyembunyikan cacat atau kualitas barang yang buruk yang tidak sesuai dengan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Keseimbangan pasar hanya akan terjadi bila harga yang tercipta merupakan konsekuensi dari kualitas atau kuantitas barang yang ditransaksikan. Apabila tadlis kualitas terjadi, maka syarat untuk mencapai keseimbangan tidak akan tercapai. Oleh karena itu, dalam pendekatan ilmu ekonomi hal ini tidak dapat dibenarkan.

Itu sebabnya Rasulullah melarang penukaran satu sak kurma kualitas baik dengan dua sak kurma kualitas buruk, “jual kurma kualitas buruk, dapatkan uang, beli kurma kualitas baik dengan uangmu.”. kurma kualitas baik mempunyai pasarnya sendiri, kurma kualitas buruk juga mempunyai pasarnya sendiri.

#### **c. Tadlis dalam waktu Penyerahan**

Seperti juga tadlis dalam kuantitas, kualitas dan harga, tadlis dalam waktu penyerahan juga dilarang. Yang termasuk penipuan jenis ini adalah bila si penjual tahu persis ia tidak akan dapat menyerahkan barang pada esok hari, namun berjanji akan menyerahkan barang tersebut pada esok hari. Walau konsekuensi tadlis dalam waktu penyerahan tidak berkaitan langsung dengan harga ataupun jumlah barang yang ditransaksikan, namun masalah waktu adalah sesuatu yang sangat penting. Lebih lanjut, pelarangan ini dapat kita hubungkan dengan larangan transaksi yang lain, yaitu transaksi *kali bali*. Dengan adanya pelarangan tadlis waktu penyerahan, maka segala transaksi harus jelas kapan pemindahan hak milik dan hak guna terjadi. Berbeda dengan transaksi *kali bali* (transaksi jual beli, dimana objek barang atau jasa yang diperjualbelikan belum berpindah kepemilikan, namun sudah diperjualbelikan kepada pihak lain) dimana transaksi ini juga dilarang Rasulullah Saw. karena transaksi ini tidak disertai pemindahan hak milik. Diriwayatkan oleh Ibn Umar bahwa Rasulullah Saw. Bersabda “*Siapapun yang membeli gandum tidak berhak menjualnya sebelum memperoleh hak milik*”. Mengapa transaksi ini dilarang? Karena hal ini sama saja menjual uang untuk memperoleh uang karena tidak ada gandum yang akan dibayar pada waktu itu. Lalu apa hubungannya dengan pelarangan tadlis dalam waktu penyerahan?

Sesungguhnya transaksi *kali bali* biasa dilakukan karena pada transaksi yang barang yang sama ada peluang untuk memanfaatkan waktu penyerahan yang berbeda dengan transaksi sebelumnya. Karena waktu yang berbeda tersebutlah, biasanya transaksi *kali bali* sering diikuti oleh tadlis dalam waktu penyerahan.

### **3. *Taghrir (Uncertain To Both Parties)***

*Taghrir* berasal dari bahasa arab *gharar*, yang berarti akibat, bencana, bahaya resiko dan ketidakpastian. Dan dalam istilah fiqh Muamalah, *taghrir* berarti melakukan sesuatu secara membabi buta tanpa pengetahuan yang mencukupi, atau mengambil resiko sendiri dari suatu perbuatan yang mengandung resiko tanpa

mengetahui dengan persis apa akibatnya, atau memasuki kancah resiko tanpa memikirkan konsekuensinya. Menurut Ibn Taimiyah, *Gharar* akan terjadi apabila seorang tidak tahu apa yang tersimpan bagi dirinya pada akhir suatu kegiatan jual-beli. Dalam situasi ketidakpastian ada lebih dari satu hasil atau kejadian yang akan muncul dengan probabilitas yang berbeda-beda. Macam-macam Taghrir:<sup>12</sup>

**a. Taghrir dalam kuantitas**

Contoh taghrir dalam kuantitas adalah system ijon, misalnya petani sepakat menjual hasil panennya (beras dengan kualitas A) kepada tengkulak dengan harga Rp. 750.000,- padahal pada saat kesepakatan dilakukan sawah petani belum dapat di panen. Dengan demikian, kesepakatan jual beli dilakukan tanpa menyebutkan spesifikasi mengenai berapa kuantitas yang di jual (berapa ton, berapa kuintal misalnya) padahal harga sudah ditetapkan. Dengan demikian terjadi ketidakpastian menyangkut kuantitas barang yang ditransaksikan.

**b. Taghrir dalam Harga**

Taghrir dalam harga terjadi ketika, misalnya seorang penjual menyatakan bahwa ia akan menjual satu unit panci merk ABC seharga Rp. 10.000,- bila dibayar tunai, atau Rp. 50.000,- bila dibayar kredit selama lima bulan, kemudian si pembeli menjawab setuju. Ketidakpastian muncul karena adanya dua harga dalam satu akad. Tidak jelas harga mana yang berlaku, yang Rp.10.000,- atau yang Rp.50.000,-. Apabila pembeli membayar lunas pada bulan ke-3, berapa harga yang berlaku? atau satu hari setelah penyerahan barang lalu pembeli menyelesaikan pembayarannya, berapa harga yang berlaku? Dalam kasus ini, walupun kualitas dan kuantitas barang sudah ditentukan, tapi terjadi ketidakpastian dalam harga barang karena sipenjual dan sipembeli tidak mensepakati satu harga dalam satu akad.

**D. KESIMPULAN**

---

<sup>12</sup>Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah* (Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya, 2013), 136.

1. Perubahan perdagangan dunia menuntut segera dibenahinya perilaku etika bisnis agar mekanisme pasar semakin membaik. Di dalam bisnis tidak jarang berlaku konsep tujuan menghalalkan segala cara. Bahkan tindakan yang berbau kriminal pun ditempuh demi pencapaian suatu tujuan. Kalau sudah demikian, pengusaha yang menjadi penggerak motor perekonomian akan berubah menjadi binatang ekonomi.
2. Terjadinya perbuatan tercela dalam dunia bisnis tampaknya tidak menampakan kecenderungan tetapi sebaliknya, makin hari semakin meningkat. Tindakan mark up, ingkar janji, tidak mengindahkan kepentingan masyarakat, tidak memperhatikan sumber daya alam maupun tindakan kolusi dan suap merupakan segelintir contoh pelanggaran para pengusaha terhadap etika bisnis yang dengan cepat bisa mengganggu kestabilan harga pasar.
3. Secara sederhana perilaku etika bisnis dapat diartikan sebagai suatu aturan main yang tidak mengikat karena bukan hukum. Tetapi harus diingat dalam praktek bisnis sehari-hari etika bisnis dapat menjadi batasan bagi aktivitas bisnis yang dijalankan. Dengan memetakan pola hubungan dalam bisnis seperti itu dapat dilihat bahwa prinsip-prinsip etika bisnis terwujud dalam satu pola hubungan yang bersifat interaktif.

#### **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Dalimunthe, Ritha F. *Etika Bisnis*. e-USU Repository: Universitas Sumatera Utara, 2004.
- Haqqi, Abdurrahman Raden Aji Haqqi. *The Philosophy of Islamic Law of Transaction*. Kuala Lumpur: Univision Press Sdn Bhd, 1999.
- Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008.
- Nawawi, Ismail. *Isu Nalar Ekonomi Islam*. Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya, 2013.
- \_\_\_\_\_. *Fiqh Muamalah*. Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya, 2013.