

ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Erly Juliyani¹

Abstraksi :

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Quran dan hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan, termasuk dalam bisnis. Etika atau akhlak mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, baik sebagai individu anggota masyarakat maupun anggota suatu bangsa. Kejayaan, kemuliaan umat di muka bumi tergantung akhlak mereka, dan kerusakan di muka bumi tidak lain juga disebabkan oleh kebejatan akhlak manusia itu sendiri. Kehidupan manusia memerlukan moral, tanpa moral kehidupan manusia tidak mungkin berlangsung.

Kata Kunci : *Etika, Bisnis, Perspektif Islam*

1. Pengertian Etika

Istilah etika secara umum merujuk pada baik buruknya perilaku manusia. Etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan. Etika bukan hanya larangan-larangan normatif, tetapi lebih merupakan puncak akumulasi kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia. Karena melibatkan kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia, etika juga disebut dengan sistem filsafat, atau filsafat yang mempertanyakan praksis manusia berkaitan dengan tanggung jawab dan kewajibannya.²

Sering kali, istilah "etika" dan "moral" dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama, mempunyai arti yang sama. Etika berasal dari bahasa latin '*etos*' yang berarti 'kebiasaan'. Sinonimnya adalah 'moral', juga berasal dari bahasa yang sama '*mores*' yang berarti 'kebiasaan'. Sedangkan bahasa arabnya 'akhlak' bentuk jamak dari mufrodnya '*khuluq*' artinya 'budi pekerti'. Keduanya bisa diartikan kebiasaan atau adat istiadat (*costum atau*

¹ Penulis adalah dosen tetap Program Studi *Ekonomi Syariah* pada Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan.

² Muhammad, *Paradigma, Metodologi & Aplikasi Ekonomi Syariah*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 52.

mores), yang merujuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau baik.³ Dan Buchari Alma dalam bukunya Kewirausahaan menjelaskan etika adalah suatu studi mengenai yang benar dan yang salah dan pilihan moral yang dilakukan seseorang.⁴

Al-Ghazali dalam bukunya Ihya 'Ulumuddin menjelaskan pengertian 'khuluq' (etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang daripadanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran. Dengan demikian etika bisnis dalam syariah Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁵

Berdasarkan dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa etika merupakan suatu kebiasaan perilaku manusia dalam melakukan kegiatan yang dapat memunculkan sifat baik atau buruk, dan saling berhubungan antara yang satu dengan yang lain.

2. Pengertian Bisnis

Apa yang dimaksud dengan bisnis sudah banyak diungkapkan oleh berbagai ahli. Melihat dari asal katanya bisnis berasal dari bahasa inggris yang berarti: perusahaan, urusan atau usaha.⁶ Dalam buku pengantar bisnis karangan Buchari Alma, *Hughes and Kapoor* menyatakan: *Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society's needs. The general term business refers to all such effort within a society or within an industry.* Maksudnya bisnis ialah suatu kegiatan individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada di dalam masyarakat, dan ada dalam *industry*. Orang yang berusaha menggunakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko, dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut *Entrepreneur*. Untuk menjalankan kegiatan bisnis maka *entrepreneur* harus mengkombinasikan empat macam sumber, yaitu: *material, financial, human*, dan informasi.⁷

Pandangan lain menyatakan bahwa bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerinahan, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen.⁸ Dalam buku

³Ali Hasan, *Manajemen Bisnis*,, 171.

⁴ Buchari Alma, *Kewirausahaan*, ..., 238.

⁵Ali Hasan, *Manajemen Bisnis*,171.

⁶ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2010), 20

⁷ *Ibid.*, 21.

⁸ *Ibid.*

pengantar bisnis karangan Buchari Alma, *Brown and petrello* menyatakan bahwa "business is on institution which produces goods and services demanded by people". Artinya bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.⁹

Istilah bisnis dalam Al-Quran yaitu *al-tijarah* dan dalam bahasa arab *tijaraha*, berawal dari kata dasar *t-j-r*, *tajara*, *tajranwatijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. Menurut *ar-Raghib al-Ashfahani* dalam *al-mufradat fi gharib al-Quran, at-Tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran Al-Quran, As-Sunnah, Al-Ijma dan Qiyas (*Ijtihad*) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut.

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi yang membuat, menghasilkan dan menjual barang dan jasa ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan.

3. Etika Bisnis Islam

Dalam buku etika bisnis karangan Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Quran dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnisnya.¹⁰

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.¹¹ Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Quran dan hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan, termasuk dalam bisnis.¹²

Etika atau akhlak mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, baik sebagai individu anggota masyarakat maupun

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 29.

¹¹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis*, ., 171.

¹² *Ibid.*, 172.

anggota suatu bangsa. Kejayaan, kemuliaan umat di muka bumi tergantung akhlak mereka, dan kerusakan di muka bumi tidak lain juga disebabkan oleh kebejatan akhlak manusia itu sendiri. Kehidupan manusia memerlukan moral, tanpa moral kehidupan manusia tidak mungkin berlangsung.¹³

4. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami.¹⁴ Dijelaskan sebagai berikut :

1. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasrakan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.
3. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Sunnah.

5. Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam

Dilihat dari perspektif ajaran etika (akhlak) dalam Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, disamping kepada sesama manusia, alam lingkungannya dan kepada Tuhan selaku pencipta-Nya. Oleh karena itu, untuk bisa berbuat baik pada semuanya itu, manusia di samping diberi kebebasan (*free will*), hendaknya ia memperhatikan keesaan Tuhan (*tauhid*), prinsip keseimbangan (*tawazun =balance*) dan keadilan (*qist*). Di samping tanggung jawab (*responsibility*) yang akan di hadapkan kepada Tuhan. Lima konsep inilah yang disebut Aksioma dasar etika bisnis Islam, yang terdiri atas prinsip-prinsip umum yang terhimpun menjadi satu kesatuan yang terdiri atas konsep-konsep keesaan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebajikan (*ihsan*).

Sejumlah aksioma dasar etika bisnis Islam tersebut sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya, serta sudah dikembangkan dan dirumuskan oleh para sarjana muslim. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Novita Sa'adatul Hidayah, "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", (Skripsi, UIN Walisongo, Semarang, 2015), 39.

hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islami. Penjelasan aksioma-aksioma tersebut adalah sebagai berikut :

a. Kesatuan (*Tauhid/Unity*).

Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan.¹⁵ Konsep tauhid merupakan *dimensi vertical* Islam yang berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.¹⁶ Hubungan *vertical* ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada titah-Nya.¹⁷ Oleh karena itu tauhid merupakan dasar dan sekaligus motivasi untuk menjaminkelangsungan hidup, kecukupan, kekuasaan, dan kehormatan manusia yang telah didesain Allah menjadi makhluk yang dimuliakan.¹⁸

Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan aspek-aspek kehidupan yang lainnya, seperti ekonomi, akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas berekonomi sehingga dalam melakukan aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuannya. Perhatian terus menerus untuk kebutuhan etik dan dimotivasi oleh ketauhidan kepada Tuhan Yang Maha Esa akan meningkatkan kesadaran individu mengenai *insting altruistiknya*, baik terhadap sesama manusia maupun alam lingkungannya. Ini berarti, konsep tauhid akan memiliki pengaruh yang paling mendalam terhadap diri seorang muslim.¹⁹

b. Keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*).

Prinsip keseimbangan bermakna terciptanya suatu situasi di mana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridho (*'an taradhin*).²⁰ Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan

¹⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*,22.

¹⁶ Faisal Badreon, *Etika Bisnis...*, 89.

¹⁷ Muhammad Djakfar, *Etika*..... 22.

¹⁸ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis*....., 107

¹⁹ *Ibid.*, 23.

²⁰ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), 69.

menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang baik pula.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari kebajikan dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah agar pengusaha Muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan alat timbangan yang benar, karena hal itu merupakan perilaku terbaik yang akan mendekatkan pada ketakwaan.²¹

c. Kehendak Bebas (*Ikhtiyar/Free Will*).

Dalam pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemashlahah-an yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya untuk dikelola dan dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan hidup, namun kebebasan dalam Islam dibatasi oleh nilai-nilai Islam.²² Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, untuk memilih jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis maupun tidak etis yang akan ia jalankan.

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku manakala tidak ada intervensi bagi pasar dari pihak manapun, tak terkecuali oleh pemerintah.²³ Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan di muka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah semata. Oleh karena itu perlu disadari setiap muslim, bahwa dalam situasi apa pun, ia dibimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam Syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya.²⁴

d. Pertanggung Jawaban (*Responsibility*).

²¹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis.....*, 91.

²² P3EI, *Ekonomi Islam,....*68.

²³ Faisal Badroen, *Etika bisnis,...*, 94

²⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis,.....*, 25.

Islam sangat menekankan pada konsep tanggung jawab, walaupun tidaklah berarti mengabaikan kebebasan individu. Ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kehendak yang bertanggung jawab. Manusia harus berani mempertanggungjawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia bahkan paling penting adalah kelak di hadapan Tuhan.²⁵ Tanggung jawab muslim yang sempurna tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya.²⁶

Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggung jawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggung jawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya.

e. Ihsan.

Ihsan (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah, dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita perbuat.²⁷

Dalam sebuah kerjaan bisnis Ahmad menggarisbawahi sejumlah perbuatan yang dapat *mensupport* pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis²⁸, yaitu :

- 1) Kemurahan hati (*leniency*)
- 2) Motif pelayanan (*Service motive*)
- 3) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Selain hal yang disebutkan di atas, manusia juga diwajibkan untuk mengenal dan mengobservasi skala prioritas Quran²⁹, seperti:

²⁵*Ibid*, 16

²⁶ Faisal Badroen, *Etika Bisnis*,... 101

²⁷ *Ibid*, 102

²⁸ *Ibid.*, 103

²⁹ *Ibid.*

- 1) Lebih memilih kepada penghargaan akhirat ketimbang penghargaan duniawi
- 2) Lebih memilih kepada tindakan yang bermoral ketimbang yang tidak bermoral
- 3) Lebih memilih halal ketimbang yang haram.

6. Sumber Etika Bisnis Islam

Unifikasi antara aspek-aspek yang bersifat humanis (ekonomi dan bisnis) dan transcendental (etika agama) dalam ekonomi Islam mengimplikasikan dua hal penting : *pertama*, persoalan ekonomi bisnis dalam ekonomi Islam bersumber dari agama (Islam). Sehingga Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah (ibadah). *Kedua*, Islam juga memberikan semangat kesadaran nilai yang menjiwai seluruh aktivitas muamalah manusia.³⁰

Islam sebagai *the holistic way of life*, di samping memiliki ajaran yang bersifat transendental, juga memberikan perhatian pada aspek humanis (kemanusiaan). Manusia diberi otonomi untuk menentukan pilihan dalam kehidupannya dalam batas-batas yang jelas, sesuai dengan aturan-aturan Tuhan untuk tujuan dan kepentingan manusia sendiri. Dengan tunduk dan patuh mengikuti aturan-aturan dan perintah Tuhan akan merasakan kedamaian dalam jiwanya. Bahkan dalam hal yang menyangkut urusan-urusan dunia (ekonomi dan bisnis), manusia diberikan otonomi untuk memberikan keputusan yang memihak pada kesejahteraan manusia sebagai kholifah Allah di muka bumi.³¹

Sandaran atas pernyataan di atas menandai pemahaman kita bahwa nilai-nilai etika dalam praktek ekonomi dan bisnis memberikan ruang kepada manusia untuk memformulasikan nilai-nilai bersama yang menjiwai kepentingan dan kesejahteraan manusia secara material dan spiritual. Implikasinya bahwa etika ekonomi dan bisnis dalam perspektif ekonomi Islam bersumber dari dua sumber, yaitu ; ilahiyat dan insanियat.³²

a. Nilai Ilahiyat

Nilai yang bersumber dari ilahi adalah nilai yang dititahkan Allah kepada Rasul-Nya, yang berbentuk takwa, iman, ihsan, adil dan sebagainya yang diabadikan dalam wahyu Ilahi. Agama (religion) merupakan referensi utama nilai moral dan etika. Tuhan sebagai sumber utama ajaran agama telah menetapkan kebenaran dan kesalahan. Tuhan

³⁰ Muhammad, *Paradigma, Metodologi, ...*, 63.

³¹ *Ibid.*, 64.

³² *Ibid.*

adalah pemilik otoritas penuh dalam menentukan nilai baik dan buruk (etika).³³

Nilai-nilai yang bersumber dari agama bersifat statis dan kebenarannya bersifat mutlak. Sikap, tindakan, dan perilaku manusia harus mencerminkan kehendak Tuhan untuk kepentingan dan kebaikan manusia sendiri. Sebagaimana halnya tata nilai harus bersumber pada kebenaran dan kecintaan kepada-Nya, ia pun sekaligus menuju kebenaran dan mengarah kepada persetujuan (ridho-Nya) yaitu *sa'adah fi al dunya wa sa'adah fi al-akhirat*.³⁴

Untuk mencapai sa'adah (kebahagiaan) ini manusia dan para pebisnis modern harus membangun etika bisnis yang bersumber dari Al-Quran. Etika dan bisnis yang di ilhami oleh ajaran ketuhanan ini melarang para pebisnis untuk melakukan tindakan bisnis yang merugikan orang lain, sebab pada hakikatnya tindakan tersebut berujung pada boomerang, di mana konsekuensi dari tindakan tersebut tidak hanya merugikan orang lain, tetapi juga membuat pebisnis menderita akibat tidak adanya ketenangan setelah melakukan tindakan yang merugikan orang lain. Sebaliknya, dengan perilaku etika bisnis yang sesuai dengan ajaran agama niscaya membuat pelakunya merasa tenang dan damai karena tidak dibayang-bayangi oleh rasa salah terhadap orang lain.³⁵

b. Nilai Insaniyat

Kebalikan dari nilai etika yang bersumber dari agama adalah nilai etika yang bersumber dari kreativitas dan konsesus pemikiran manusia demi kepentingan dan kebaikan manusia sendiri. Nilai ini bersifat dinamis yang dibatasi ruang dan waktu.³⁶

Nilai-nilai yang merupakan hasil konsesus setiap anggota masyarakat kemudian melembaga menjadi sebuah tradisi yang dapat secara terus menerus diwariskan kepada generasi sesudahnya. Namun demikian, sebagai nilai yang bersifat dinamis, tidak semua nilai yang telah melembaga menjadi tradisi yang dianut pada masa kini dianggap relevan dengan kondisi dan situasi kehidupan generasi sesudahnya.³⁷

Karena adanya perbedaan dimensi ruang dan waktu dalam kehidupan, maka manusia memiliki kebebasan untuk memberikan

³³ *Ibid.*, 65.

³⁴ *Ibid.*

³⁵ *Ibid.*, 66.

³⁶ *Ibid.*

³⁷ *Ibid.*, 67.

pemaknaan (*interpretasi*) atas nilai-nilai lama dan nilai-nilai baru agar relevan dengan tuntutan dan kebutuhannya. Kebebasan interpretasi dimaksud tetap mengacu pada prinsip-prinsip tertentu.³⁸

Kedua nilai tersebut memiliki sumber yang berbeda, namun keduanya memiliki hubungan timbal balik satu sama lain. Relasi antara nilai yang bersumber dari Ilahi dengan nilai yang bersumber dari Insan yang demikian erat memiliki Nilai Insani, karena sifatnya yang relatif dan dinamis, memungkinkannya untuk tunduk pada nilai Ilahi yang mutlak dan permanen. Maka segala intensi, pikiran, tindakan dan perilaku manusia tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai Ilahi. Ketergantungan manusia pada nilai Ilahi tidak berarti mengurangi harkat dan martabatnya, sebagai makhluk merdeka, melainkan membawa manusia pada posisi yang lebih manusiawi, memanusiakan manusia dan mengangkatnya ke derajat yang lebih tinggi sehingga menjadi sempurna.³⁹

A. Pasar Tradisional

Pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.⁴⁰

Pasar merupakan suatu keadaan terjadinya kesepakatan antara penjual (*produsen*) dan pembeli (*konsumen*) untuk melakukan pertukaran atau perdagangan.

Pasar tradisional adalah tempat pertemuan langsung antara penawaran pedagang dan permintaan konsumen.⁴¹ Dalam jurnal PMI menyebutkan bahwasanya pasar tradisional merupakan penggerak ekonomi masyarakat, dan dalam pengertian lain pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka dimana terjadi transaksi jual beli yang dimungkinkan proses tawar menawar.⁴²

Pasar tradisional adalah tempat pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah. Pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli

³⁸ *Ibid.*

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ Kasmir, Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2003), 44.

⁴¹ Wawan Purwanto, "Analisa Persaingan Antar Pasar Tradisional dengan Pasar Modern studi Kasus Di Kawasan Ciledug Tangerang", *jurnal mix*, vol 5 no 3, (oktober 2012), 119.

⁴² Utami Ayunita, "Eksistensi Pasar Tradisional Di Kabupaten Sleman" , *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional*, 2,(Maret 2003), 66.

secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka. Pasar tradisional biasanya dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbuka.⁴³

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar, bangunan pasar tradisional biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti buah, sayur, daging, kain, pakaian, perabotan rumah tangga, bahan pokok, makanan, jasa, dan lain-lain.

B. Mekanisme Pasar

Pasar menduduki peranan penting sebagai mekanisme ekonomi, tetapi pemerintah dan masyarakat juga bertindak aktif dalam mewujudkan kesejahteraan dan menegakkan keadilan. Ajaran Islam memberi perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna adalah resultan kekuatan yang bersifat massal dan imporsal, yaitu merupakan fenomena alamiah.⁴⁴

Penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berdasar pada ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka (antardin minkum/*mutual goodwill*). Dalam Al-Quran dinyatakan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (An-Nisa’ : 29).⁴⁵

Dari ayat tersebut dijelaskan bahwasanya dalam pasar terdapat larangan terhadap praktik-praktik bisnis negatif agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan memberikan *mutual goodwill* bagi para

⁴³<http://infodanpengertian.blogspot.co.id/2015/11/pengertian-dan-ciri-ciri-pasar> (online), diakses pada tanggal 11 Januari 2017.

⁴⁴ P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*,..., 330.

⁴⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran Terjemah*,..., 83.

pelakunya, maka nilai-nilai moralitas mutlak harus ditegakkan. Secara khusus nilai moralitas yang mendapatkan perhatian penting dalam pasar adalah persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Nilai-nilai moralitas ini memiliki akar yang kuat dalam ajaran Islam, sebagaimana dicantumkan dalam berbagai ayat Al-Quran. Untuk itulah Rasulullah telah menetapkan beberapa larangan terhadap praktik-praktik bisnis negative yang dapat mengganggu mekanisme pasar yang Islami.⁴⁶

DAFTAR PUSTAKA

- Muhammad, *Paradigma, Metodologi & Aplikasi Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008
- Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, Bandung : Alfabeta, 2010
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, Jakarta: Penebar Plus, 2012
- Novita Sa'adatul Hidayah, "*Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*", Skripsi, UIN Walisongo, Semarang, 2015
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014
- Kasmir, Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2003
- Wawan Purwanto, "*Analisa Persaingan Antar Pasar Tradisional dengan Pasar Modern studi Kasus Di Kawasan Ciledug Tangerang*", jurnal mix, vol 5 no 3, (oktober 2012
- Utami Ayunita, "*Eksistensi Pasar Tradisional Di Kabupaten Sleman*" , *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional*, 2, Maret 2003
- [http://infodanpengertian.blogspot.co.id/2015/11/pengertian-dan-ciri-ciri-pasar \(online\)](http://infodanpengertian.blogspot.co.id/2015/11/pengertian-dan-ciri-ciri-pasar-online), 11 Januari 2017.

⁴⁶ P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*,....., 303.