
Praktek Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah

Aan Gunawan¹; Muhamad Uyun²; Muhammad Isnaini³;
Idha Ismalia Rohmatika⁴; Edi Mulyono⁵;

1. Program Studi Ekonomi Syari'ah STAI Ibnu Rusyd Kotabumi, 2. Fakultas Psikologi UIN Raden Fatah Palembang, 3. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Fatah Palembang,
4. Program Studi Ekonomi Syari'ah STAI Ibnu Rusyd Kotabumi,
5. UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu

Email : aangunawan8389@gmail.com; muhamaduyun_uin@radenfatah.ac.id;
muhammadisnaini_uin@radenfatah.ac.id; idhatika@gmail.com; edimulyono717@gmail.com

Received: 2023-02-24 ; Accepted: 2022-02-25; Published: 2022-02-28

Abstrak

Pasar merupakan tempat bertemunya para pedagang dan pembeli. Adapun produk atau barang yang sering di perjual belikan dipasar terdiri dari buah-buahan, beras, daging, ikan, sayuran, rempah-rempah, pakaian dan alat-alat elektronik. Untuk mendapatkan keuntungan dan simpati dari konsumen, para pedagang atau pembisnis sering menggunakan strategi diantaranya adalah strategi produk, strategi harga, dan strategi promosi. Namun strategi yang mereka terapkan sebagian besar tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis syari'ah, diantaranya adalah sering mengurangi jumlah takaran, menyembunyikan cacat barang, mempermainkan harga dan sering melakukan sumpah palsu. Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan yaitu sebuah kajian yang tujuannya untuk melihat secara dekat dan intensif suatu peristiwa sosial, yaitu praktek etika bisnis dari perspektif ekonomi Islam. Inti dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif-analitik, yaitu Penelitian yang bertujuan untuk menemukan, mendeskripsikan masalah. Untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian, peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah menganalisis data, peneliti menggunakan metode kualitatif dan menarik kesimpulan dengan menggunakan pendekatan deduktif. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa para pedagang atau pembisnis terutama di pasar-pasar tradisional sering melakukan strategi yang tidak sesuai dengan etika bisnis syari'ah. Oleh karena itu, agar tindakan para pedagang dapat sesuai dengan etika bisnis syari'ah, maka para pedagang harus menerapkan prinsip etika bisnis syari'ah yaitu kejujuran, amanah dan keterbukaan atau transparansi.

Kata Kunci : Etika, Bisnis, Ekonomi Syari'ah.

Abstract

The market is a meeting place for traders and buyers. The products or goods that are often traded in the market consist of fruits, rice, meat, fish, vegetables, spices, clothing and electronic equipment. To gain profit and sympathy from consumers, traders or business people often use strategies including product strategy, pricing strategy, and promotion strategy. However, most of the strategies they apply are not in accordance with the principles of shari'ah business ethics, including frequently reducing the amount of measure, hiding defective

goods, playing with prices and frequently committing perjury. This research is included in field research, namely a study whose purpose is to look closely and intensively at a social event, namely the practice of business ethics from the perspective of Islamic economics. The essence of this research is descriptive-analytic research, namely research that aims to find, describe problems. To obtain the information needed in research, researchers used observation, interviews and documentation. After analyzing the data, the researcher uses qualitative methods and draws conclusions using a deductive approach. Based on the research results, it can be concluded that traders or businessmen, especially in traditional markets, often carry out strategies that are not in accordance with Shari'ah business ethics. Therefore, so that the actions of traders can be in accordance with Sharia business ethics, traders must apply the principles of shari'ah business ethics, namely honesty, trustworthiness and openness or transparency.

Keywords:*Ethics, Business, Sharia Economics.*

Copyright © 2023 Ecopreneur : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang universal dan komprehensif. Universal artinya Islam berlaku untuk semua orang dimuka bumi dan dapat diterapkan kapan saja dan dimana saja hingga akhir zaman. Dalam konteks Islam, komprehensif berarti Islam memiliki ajaran yang utuh dan lengkap. Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, tidak hanya aspek spiritual tetapi juga aspek Muamalah (Veithzal Rivai, Nurrudin, Faisal Ananda Arfa, 2012). Prinsip-prinsip ekonomi Islam bersumber dari Al-Quran dan As-Sunnah, seperti itauhid, keadilan, keuntungan, kebebasan dan tanggung jawab. Prinsip-prinsip tersebut menjadi landasan kehidupan ekonom islam, yang secara fungsional selalu berkembang dan dapat berubah sesuai dengan perkembangan zaman dan peradaban manusia. Partisipasi manusia dalam bisnis bukanlah hal baru, namun sudah ada selama empat belas abad. (Buchari Alma, Donni Juni Priansa, 2009).

Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli, dimana seluruh barang dari berbagai wilayah akan mengalir secara terpusat ke pasar (Pheni Chalid, 2005). Pada masa Rasulullah SAW, Pasar memiliki tempat penting dalam ekonomi Islam. Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang wajar. Islam sangat menekankan moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan dipasar. Untuk menghindari sisi negatif tabiat pasar, Nabi Muhammad SAW. mencoba meletakkan aturan-aturan dan etika yang harus ditegakkan oleh pelaku-pelaku pasar. Beberapa bentuk bisnis yang diajarkan beliau di pasar di antaranya adalah adil dalam takaran dan timbangan, jujur dan transparan dalam bertransaksi, tidak melakukan jual-beli *najasy* (menjual barang dengan memuji barang dagangannya dengan pura-pura menawar agar orang lain terpancing membelinya) (Mustafa Kamal Rokan, 2013).

Di era globalisasi seperti saat ini, keberadaan moral Interaksi sosial mengalami pembaharuan interaksi social dalam pasar yang bergerak begitu cepat. Namun, hal itu tergantikan oleh promosi produk yang tiada henti dan persaingan yang sangat ketat antar penjual dipasar karena semuanya berjalan dengan deskripsi pekerjaan masing-masing. Kemunduran pasar tradisional disebabkan oleh moralitas social yang menjadi simbol dan ciri khas keberadaan pasar tradisional tersebut. Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Pasar dapat diartikan sebagai tempat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk mempertukarkan barang-barang mereka. Pasar menurut al-Gazali sebagaimana dikutip Euis Amalia merupakan tempat bertemunya antara dua pihak yang saling berkepentingan untuk memperoleh apa yang mereka inginkan (Euis Amalia, 2009).

Hilangnya moral sosial yang dimiliki oleh masyarakat tersebut bisa dilihat bagaimana masyarakat pasar menghadapi persoalan yang dihadapi sendiri, yaitu munculnya sikap saling curiga dan kurang percaya serta timbulnya persaingan yang tidak sehat, baik diantara para pedagang, pembeli dan pemerintah. Selain itu, dipasar tradisional juga sering terjadi praktek-praktek penyimpangan yang tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis syari'ah khususnya bagi para pedagang ketika melakukan transaksi dengan pembeli, diantaranya mengurangi timbangan atau takaran, menyembunyikan cacat barang, permainan harga dan sering melakukan sumpah palsu kepada pembeli. Kondisi seperti ini juga sering terjadi, terutama di berbagai pasar tradisional. Adapun jenis-jenis barang yang diperjual-belikan secara umum yang sering ditemukan terdiri dari buah-buahan, ikan, daging, sayuran atau rempah-rempah, pakaian atau busana, dan alat-alat elektronik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pasar tradisional terutama di wilayah Kotabumi Lampung Utara. Para pedagang masih sering melakukan tindakan penyimpangan-penyimpangan etika bisnis ketika melakukan transaksi jual beli diantaranya adalah mengurangi jumlah takaran atau timbangan, hal ini juga sering terjadi ketika pedagang menjual produk seperti buah-buahan, beras, rempah-rempah, ikan dan daging. Para pedagang sering memanfaatkan timbangan sebagai alat untuk mengurangi takaran, sehingga jumlah barang atau produk yang dibeli oleh konsumen tidak sesuai dengan ukuran atau takaran yang sebenarnya. Penyimpangan yang lain adalah menyembunyikan cacat barang, para pedagang sering tidak memberitahu kepada konsumen apabila ada kecacatan pada barang

yang dijualnya, misalnya pada produk buah-buahan apabila konsumen membeli dengan jumlah yang banyak, sering terdapat buah yang belum matang atau rusak kemudian dicampur dengan buah yang segar, sehingga kondisi ini akan membuat konsumen kecewa dan beralih kepedagang lain.

Permainan harga juga sering dilakukan oleh para pedagang atau pembisnis para setiap produk yang dijual, baik buah-buahan, beras, pakaian, rempah-rempah, ikan, daging dan alat-alat elektronik. Para pedagang sering menaikkan harga yang berlebihan terutama pada konsumen yang belum mengetahui atau konsumen yang lugu, biasanya mereka adalah para pendatang atau pembeli yang berasal dari tempat jauh atau bukan penduduk setempat, sehingga kesempatan ini sering dimanfaatkan oleh para pedagang untuk menaikkan harga barang yang dijualnya. Begitu juga dengan penyimpangan ketika menjual atau mempromosikan produk kepada pembeli, para pedang sering menggunakan sumpah palsu sebagai alat untuk menarik minat konsumen terhadap barang yang dijual, dengan cara memuji-muji barang secara berlebihan, baik yang menyangkut keunggulan kualitas, harga dan lain sebagainya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan, yaitu penelitian yang sistematis mencari metode dari pengetahuan yang ada atau penelitian yang dilakukan didunia nyata. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif analitik. Penelitian yang membantu menemukan, mendeskripsikan, suatu masalah. Penelitian deskriptif pada dasarnya adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang suatu topik. (Ronny Kountur, 2008).

Sumber data dalam penelitian kualitatif, sangat erat kaitannya dengan faktor-faktor konstektual. Maksud dari penerapan tujuan dari sumber informasi adalah untuk mengumpulkan informasi sebanyak mungkin dari berbagai sumber dan struktur, dan untuk mempelajari informasi yang menjadi dasar bagi rencana dan teori yang muncul. Untuk akurasi digunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Dalam pengumpulan data penelitian menggunakan teknik yang berbeda yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Ketiga teknik ini digunakan untuk memberikan pengetahuan dan informasi yang saling mendukung dan melengkapi tentang praktik etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Etika

Etika berasal dari kata Yunani ethos, yang dalam bentuk jamak (taetha) berarti jalan. Dalam pengertian ini, etika mengacu pada cara hidup yang baik untuk individu maupun untuk masyarakat atau. Etika adalah cabang filsafat yang secara rasional dan kritis membahas tentang nilai, standar atau moralitas. Etika memiliki dua pengertian. Pertama, etika sebagaimana moralitas berisikan moral dan norma-norma konkrit yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupan. Kedua, etika sebagai refleksi kritis dan rasional. Etika membantu manusia bertindak secara bebas tetapi dapat dipertanggungjawabkan. (Mardani, 2014)

Islam sangat menganjurkan untuk bekerja atau beraktivitas kepada umatnya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Pekerjaan adalah salah satu hal terpenting yang memberi orang kekayaan. Etika bisnis islam bersumber pada Al-Qur'an sebagai pedoman. Al-qur'an adalah sumber segala ajaran bagi seluruh umat muslim yang menjelaskan tentang norma, aturan atau hukum, dan nilai-nilai yang mengatur segala aktifitas manusia termasuk dalam kegiatan bisnis (Johan Arifin, 2009). Agar manusia berusaha mencari nafkah, Allah S.W.T membentangkan bumi dan menciptakan berbagai kondisi yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari kekayaan. Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah S.W.T :

Artinya :

Dan sungguh, kami telah menempatkan kamu di bumi dan disana kami sediakan (sumber) penghidupan untuk kamu.(Tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur. (QS. Al Araf : 10).

Dari penjelasan ayat di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis syariah adalah kumpulan perusahaan dalam berbagai bentuk, jumlah, kepemilikan aset (barang/jasa), termasuk keuntungan, tidak terbatas, tetapi terbatas pada perolehan dan menggunakan aset yang timbul dari aturan halal dan haram.

Etika Bisnis Yang Di larang Dalam Islam

Bisnis artinya usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan bidang usaha (Mustaq Ahmad, 2001). Dalam pengertian yang lebih luas, bisnis diartikan sebagai semua aktivitas produksi perdagangan barang dan jasa yang meliputi usaha pertanian, produksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam membuat dan memasarkan barang dan jasa tersebut ke konsumen (Indri, 2015). Di era globalisasi, banyak bentuk-bentuk tindakan penyimpangan yang terjadi terutama dalam dunia perdagangan atau bisnis. Untuk menang dalam persaingan dan mendapatkan simpati konsumen serta keuntungan, para pembisnis sering melakukan tindakan penyimpangan terutama yang bertentangan dengan konsep etika bisnis dalam Islam. Rasulullah SAW, telah mengajarkan kepada kita tentang cara perdagangan yang harus dihindari, diantaranya adalah mengurangi jumlah takaran, menyembunyikan cacat barang, mempermainkan harga, mengobrol sumpah (Najamuddin Muhammad, 2012).

Etika Bisnis Yang Harus Dilakukan Dalam Islam

Sebagai seorang pengusaha besar, Nabi SAW mendefinisikan prinsip-prinsip bisnis Islami. Dia memberi petunjuk tentang cara berdagang secara religius yang akan membawa keuntungan finansial yaitu kejujuran, kepercayaan, kerendahan hati dan kesopanan, transparansi atau keterbukaan. Jika dimaknai secara sederhana etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang atau jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram (Muhammad, 2002).

Analisis Praktek Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah

Islam sebagai agama yang lengkap dan sempurna telah menetapkan nilai-nilai dasar dan aturan-aturan dalam segala aspek kehidupan manusia, dalam ibadah dan muamalah. Dengan kata lain, muamalah adalah pertukaran barang, jasa atau sesuatu yang memberi keuntungan dalam beberapa hal. Tidak ada seorangpun yang bisa mendapatkan semua yang dia inginkan tanpa bantuan orang lain. Begitu pula jika seseorang harus saling menutupi kebutuhan dan saling membantu, Islam telah memberikan aturannya. Etika islam sendiri didasarkan pada hak manusia atas kemerdekaan. Pada prinsipnya kemerdekaan adalah hak manusia untuk hidup yang harus terus dijaga dan dilindungi dengan kebaikan dan kebenaran (Sukrisno Agoes, 2014).

Seorang muslim tidak dibenarkan mendahulukan kepentingan ekonomi di atas pemeliharaan nilai dan keutamaan yang diajarkan oleh agama, karena banyak ditemukan sistem lain yang lebih mendahulukan usaha-usaha ekonomi dengan mengabaikan etika dan berbagai konsekuensi transendental (Djakfar, Muhammad, 2009)

Mengurangi Jumlah Takaran.

Untuk mendapat keuntungan dan konsumen, banyak strategi yang dilakukan oleh pedagang terutama di pasar-pasar tradisional, salah satunya mengurangi jumlah takaran pada saat melakukan transaksi dengan konsumen. Hal ini mereka lakukan terutama untuk produk-produk seperti buah-buahan, beras, rempah-rempah, dan daging. Tindakan yang tidak Islami ini mereka lakukan yaitu dengan cara menempatkan suatu benda kedalam timbangan sehingga pada waktu mereka menimbang dan jarum timbangan belum menunjukkan pada jarum timbangan yang tepat, para pedagang langsung mengakhiri timbangan.

Selain itu, pedagang juga sering mempermainkan timbangan dengan cara menambah berat beban timbangan, misalnya besi untuk menimbang ditambahkan dengan sesuatu alat atau benda-benda

lain agar bobot timbangan tersebut semakin bertambah. Walaupun timbangan menunjukkan jarum angka yang tepat, namun konsumen tidak mengetahui bahwa timbangan tersebut telah dimodifikasi sebelumnya oleh pedagang sehingga barang yang mereka beli tidak terlihat berkurang. Tindakan ini mereka lakukan adalah agar barang-barang mereka habis terjual, sehingga mereka mendapatkan keuntungan. Biasanya ini sering terjadi untuk produk buah-buahan, karena produk tersebut biasanya tidak bisa bertahan lama.

Perbuatan ini sungguh tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis yang diajarkan dalam Islam. Perbuatan ini juga dapat membawa kerugian, baik bagi pihak pedagang maupun pihak pembeli. Bagi pihak pedagang, maka kerugian yang mereka dapatkan adalah hilangnya keberkahan dan kepercayaan konsumen terhadap pedagang tersebut, sehingga mereka akan lebih mudah untuk beralih ke pedagang lain yang menjalankan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syari'ah Islam dalam berdagang atau berbisnis. Sedangkan kerugian bagi pembeli adalah barang yang mereka beli semakin berkurang, sehingga mereka kecewa terhadap pelayanan yang diberikan oleh pedagang tersebut.

Menyembunyikan Cacat Barang

Selain mengurangi jumlah takaran atau timbangan dalam berbisnis, sebagian pedagang juga sering melakukan tindakan penyimpangan yang tidak sesuai dengan etika bisnis syari'ah yaitu menyembunyikan cacat barang dan tidak menampakkannya kecuali kebaikan-kebaikannya saja yang kadang kala menjerumuskan orang awam untuk membelinya, karena terkelabui penampilan luarnya yang menarik padahal didalamnya ada kerusakan-kerusakan.

Untuk produk buah-buahan, para pedagang sering menjual produk yang sudah ada cacatnya yaitu dengan mencampuradukan antara kualitas buah-buahan yang baik dengan kualitas buah-buahan yang kurang baik atau rusak. Selain itu, ada juga pedagang yang menjual buah-buahan belum masak atau belum saatnya dijual. Untuk mengelabui konsumen, para pedagang juga terkadang menambahkan zat-zat pemanis agar buah-buahan yang belum masak tersebut dapat terlihat seperti buah-buahan yang sudah masak dan diminati serta memiliki rasa yang hampir sama dengan buah-buahan yang sudah masak. Tindakan ini sering mereka lakukan terutama pada konsumen yang masih awam dan jarang membeli dengan pedagang tersebut, sehingga para pedagang akan lebih mudah untuk mengelabui mereka yaitu menyembunyikan cacat barang yang mereka jual. Untuk produk beras, biasanya para pedagang mengelabui konsumen yaitu dengan mencampuradukan beras yang mutunya bagus dengan beras yang mutunya tidak bagus, begitu juga dengan produk rempah-rempah.

Sesuai dengan asas diatas, seorang pengusaha atau pedagang harus menjaga kejujuran dan kebenaran dalam usahanya, penjual tidak boleh menyembunyikan barang yang cacat. Jika barang yang dijual ada cacatnya yang diketahui oleh pemilik barang, maka dia harus bertanggungjawab dan tidak boleh menyembunyikannya, karena itu adalah penipuan dan penyembunyian barang dengan sengaja. Tentu saja bisa diarahkan ke pedagang itu sendiri, bagaimana jika pedagang lain menipunya, tentu saja pedagang itu tidak akan terima. Oleh karena itu, setiap pedagang yang ingin mendapatkan kepercayaan dari konsumen seharusnya mengatakan dengan sejujurnya apabila ada kecacatan atau kerusakan pada barang yang mereka jual, sehingga dengan perbuatan ini maka para pedagang akan mendapatkan keberkahan dari apa yang mereka perjual belikan.

Mempermainkan Harga

Tindakan penyimpangan lain yang sering dilakukan oleh para pedagang atau pembisnis adalah mempermainkan harga barang dengan cara menyembunyikan harga barang yang sebenarnya berlaku pada saat itu. Tindakan ini sering mereka lakukan terutama pada konsumen yang masih awam mengenai harga barang yang ada di pasar, biasanya mereka adalah para pembeli yang bukan penduduk daerah sekitar pasar tersebut atau para pendatang dari jauh yang mampir sebentar untuk membeli produk yang mereka butuhkan, maka kesempatan inilah biasanya di manfaatkan oleh pedagang untuk menaikkan harga barang yang mereka jual. Selain itu, para pedagang juga sering membeda-bedakan

harga barang yang dijualnya antara konsumen yang dikenal atau memiliki hubungan saudara dengan konsumen yang belum dikenalnya atau tidak memiliki hubungan saudara dekat.

Persaingan dan kompetisi adalah hal yang wajar dilakukan dengan catatan harus dilakukan sesuai dengan aturan-aturan yang benar. Islam telah memberikan tuntunan bagaimana bersaing secara benar salah satunya adalah dalam persoalan penentuan harga. Tidak sedikit kita menjumpai seseorang yang berpura-pura menawar tinggi terhadap suatu produk dengan tujuan manipulasi orang lain agar menawar dengan harga yang lebih tinggi, padahal barang yang ditawarkan itu harganya tidak setinggi yang ditawarkan. Tawaran seperti ini, merupakan strategi untuk mengelabui konsumen lain. Ini adalah bentuk konspirasi atau kebohongan yang terencana untuk mengangkat harga. Oleh karena itu, Rasulullah SAW melarang keras praktek perdagangan semacam ini. Sebab, praktek tersebut hanya menguntungkan satu pihak dan sangat merugikan bagi pihak lain. Sebagaimana Firman Allah S.W.T :

Artinya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menafkahkan harta tetanggamu yang dipalsukan, kecuali melalui transaksi yang terjadi di antara mereka sendiri. dan jangan bunuh diri. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu. (Qs. AnNisa: 29).

Ayat diatas dengan jelas menerangkan bahwa seorang muslim ketika melakukan transaksi perdagangan maka tidak boleh memakan harta saudaranya dengan cara batil yaitu menaikkan harga secara berlebihan dan menyembunyikan harga barang yang berlaku pada saat itu juga. Prinsip yang harus di terapkan ketika melakukan transaksi jual beli seharusnya didasarkan pada prinsip suka sama suka antara pedagang dengan pembeli. Oleh karena itu, sudah sepatutnya bagi para pedagang atau pembisnis berbuat adil kepada pembeli dan tidak membedakan antara pembeli yang satu dengan pembeli yang lainnya. Dengan menerapkan etika seperti ini, maka para pedagang akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan konsumen pun tidak merasa dikecewakan oleh pedagang tersebut.

Sumpah Palsu

Para pedagang juga sering melakukan tindakan penyimpangan dalam etika bisnis yaitu melakukan sumpah palsu. Dalam hal ini, para pedagang sering melakukan sumpah palsu dan memuji-muji barang secara berlebihan agar produk yang mereka jual dapat dibeli oleh konsumen sambil meyakinkan dan mengatakan kepada konsumen bahwa produk yang mereka jual adalah produk yang berkualitas serta tahan lama dengan menampakkan bagian luarnya saja sedangkan didalamnya tidak disebutkan. Padahal didalam barang tersebut terdapat kerusakan-kerusakan, namun kerusakan tersebut tidak disebutkan oleh pedagang. Demi meyakinkan para pelanggannya, banyak pedagang yang bersumpah melampaui batas. Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang barang-barang kebutuhan sehari-hari. Pasar sendiri merupakan ladang bisnis, tempat orang-orang untuk berkumpul dengan tujuan melakukan tukar-menukar kepemilikan barang atau jasa dengan uang (Budi Untung, 2012).

Sumpah palsu, meskipun kelihatan dapat menguntungkan secara ekonomis, tapi sebenarnya telah melukai pondasi yang paling dasar dalam dalam perdagangan. Perdagangan yang telah dibangun dengan jerih payah akan lumpuh dan bahkan tersungkur ketika seseorang sudah membuat sumpah palsu pada pelanggan. Oleh karena itu, hendaklah setiap pedagang harus menghindari segala jenis sumpah palsu ketika berdagang dan menunjukkan cela pada setiap barang yang dijualnya sehingga konsumen tidak merasa dirugikan dan produk atau barang yang diperjual belikan akan mendapatkan keberkahan.

Hendaknya Para Pedagang atau Pembisnis Memiliki Perilaku Jujur

Cacat pasar komersial adalah kebohongan, manipulasi dan pen campuran kebenaran dengan kepalsuan, dan kebohongan dalam menjelaskan sifat-sifat barang dan memihak orang lain (Qardawi, Yusuf, 2001). Oleh karena itu, sifat terpenting seorang pedagang yang diridhai Allah S.W.T adalah kejujuran. Integritas merupakan perilaku yang harus selalu dimiliki oleh setiap pebisnis atau pelaku bisnis. Dengan berlaku jujur kepada para pembeli, maka akan membuat produk-produk yang dijual

oleh pedagang mendapatkan keberkahan. Selain itu konsumen juga akan merasa nyaman serta percaya dengan mutu produk yang ditawarkan sehingga Bisnis antara pedagang dan pembeli didasarkan pada saling suka dan tidak suka. Kejujuran adalah kemurnian hati nurani, yang memberikan jaminan spiritual akan kebenaran tindakan dan keakuratan pekerjaan, yang dapat diandalkan dan tidak berdosa. Kejujuran adalah ciri utama etika bisnis, kejujuran juga merupakan motivasi abadi dalam karakter dan perilaku seorang muslim untuk memperbaiki perbuatannya, menghapus dosa-dosanya dan sebagai jalan menuju surga (Asyraf Muhammad Dawwabab, 2008).

Salah satu nilai terpenting dalam bisnis adalah kejujuran. Kejujuran adalah puncak moralitas iman dan ciri orang mukmin yang paling tampak. Bahkan kejujuran adalah sifat para nabi. Tanpa kejujuran kehidupan beragama tidak dapat berjalan dengan baik.

Hendaknya Para Pedagang Menjalankan Amanah

Menurut ajaran Islam, manusia adalah khalifah di muka bumi, yang tugasnya mengatur kehidupan sebaik mungkin di tengah masyarakat yang dinamis. Kehidupan yang damai tidak mudah didapat, harus diciptakan dan direncanakan. Oleh karena itu, perlu diciptakan alat dan perangkat untuk menciptakan kedamaian tersebut. Kepercayaan merupakan modal terpenting dalam menciptakan kondisi perdamaian dan stabilitas dalam masyarakat, karena kepercayaan merupakan dasar moral dan etika bisnis dan interaksi sosial. Rasulullah SAW sangat melarang penipuan, karena penipuan dapat merugikan orang lain dan melanggar hak asasi jual beli yaitu suka sama suka.

Orang yang tertipu jelas tidak akan suka karenanya haknya dikurangi atau dilanggar jual beli yang mengandung penipuan adalah jual beli yang tidak diketahui hasilnya, atau tidak bisa diserahkan, atau tidak diketahui hakikat dan kadarnya, misalnya jual beli burung yang masih terbang di angkasa, jual beli binatang yang masih dalam kandungan induknya, dan sebagainya (Indri, 2015)

Sering terjadinya penyimpangan-penyimpangan di pasar tradisional atau ditempat-tempat lainnya adalah karena para pedagang atau pembisnis belum banyak yang menerapkan perilaku amanah. Para pedagang lebih mengutamakan keuntungan yang bersifat materi, dengan melakukan tindakan-tindakan yang dapat merugikan pembeli. Padahal, setiap tindakan yang dilakukan oleh pedagang akan dimintai pertanggungjawabannya. Oleh karena itu, para pedagang atau pembisnis hendaknya mengutamakan sifat amanah yaitu dengan menepati janji dan berkata jujur kepada para pembeli ketika melakukan transaksi, karena dengan perbuatan demikian maka pedagang akan lebih mudah untuk mendapatkan kepercayaan pembeli.

Rendah Hati, Bertutur Sopan Serta Terbuka Kepada Pembeli

Dalam dunia perdagangan, persaingan merupakan suatu hal yang biasa sering terjadi, terutama persaingan untuk menarik minat pembeli agar tertarik dengan produk yang ditawarkan. Salah satu strategi yang harus diterapkan oleh para pedagang atau pembisnis adalah dengan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pembeli yaitu dengan cara rendah hati dan bertutur sopan ketika melayani atau melakukan transaksi dengan pembeli.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian tentang Praktek Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah, maka dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan aktivitas bisnis, para pedagang atau pembisnis sering mempraktekkan strategi yang tidak sesuai dengan etika bisnis syari'ah. Dalam strategi produk pedagang sering melakukan penipuan yaitu dengan menyembunyikan cacat barang. Dalam strategi harga, pedagang sering mempermainkan harga secara berlebihan terutama kepada konsumen baru. Dalam strategi promosi, pedagang sering melakukan sumpah palsu dan memuji-muji barang secara berlebihan. Sedangkan penyimpang etika bisnis yang sering dilakukan oleh pedagang atau pembisnis adalah mengurangi jumlah takaran, menyembunyikan cacat barang, mempermainkan harga dan sering melakukan sumpah palsu.

Oleh karena itu, agar tindakan para pedagang atau pembisnis dapat sesuai dengan etika bisnis yang benar maka para pedagang hendaknya menerapkan prinsip etika bisnis syari'ah, diantaranya kejujuran, amanah, bersikap rendah hati dan terbuka kepada konsumen sehingga produk atau barang yang di perjualbelikan akan mendapatkan keberkahan serta keuntungan di dunia maupun di akhirat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asyraf Muhammad Dawwabah, (2008). *Bisnis Rasulullah*, Pustaka Nuun, Semarang,
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, (2009.) *Manajemen Bisnis Syariah*, Penerbit: Alfabeta,
- Budi Untung, (2012),). *Hukum dan Etika Bisnis*, (Yogyakarta:Penerbit Andi Yogyakarta)
- Euis Amalia, (2010) . *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* ,(Jakarta: Gramata Publising)
- Idri, Hadist Ekonomi. (2015). *Ekonomi Dalam Persepektif Islam Hadis Nabi*. (Cet I, Jakarta: Kencana ,)
- Johan Arifin, (2009). *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press,
- Lubaba, Abu, and Nur Ela. "Peran Home Industry Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam." *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3.2 (2022): 205-215.
- Mardani, (2014). *Hukum Bisnis Syariah* edisi pertama, (Jakarta: Prenadamedia Group),.
- Muhammad,(2002). *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen)
- Muhammad Djakfar, (2009). *Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika dengan Realitas*, (Malang:UIN Malang Press,)
- Mustofa Kamal Rokan, (2013). *Bisnis Ala Nabi*, (Yogyakarta: Bunyan).
- Mustaq Ahmad, (2001). *Business Ethics in Islam* (terj), Samson rahman, (Jakarta; Pustaka al Kautsar).
- Najamuddin Muhammad, (2012). *Cara Dagang Ala Rasulullah Untuk Para Entrepreneur*, (Penerbit: Diva Press Anggota IKAPI,
- Pheni Chalid, *Sosiologi Ekonomi*, Penerbit; Center for Social Economic Studies (CSES) Press,. 2005.
- Ronny Kountur,(2008). *Metode Penelitian.*, (Bumi Aksara, Jakarta,).
- Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, (2014). *Etika Bisnis dan Profesi Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisal Ananda Arfa, (2012.) *Islamic Business And Aconomic Ethics*, Penerbit; PT Bumi Aksara.
- Yusuf Qardawi, (2001.). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Penerbit : Robbani Press, Jakarta.