

IMPLEMENTASI PRINSIP EKONOMI ISLAM PADA PEDAGANG ASONGAN DI GILI AIR KABUPATEN LOMBOK UTARA

Mashur, Dedi Riswandi, Ahmad Rafsanjani,

Universitas Nahdlatul Ulama (UNU) NTB

masyhur@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan etika yang dilakukan oleh pedagang sesuai dengan perspektif Ekonomi Islam di kawasan pariwisata Gili Air Kabupaten Lombok Utara. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu analisis kualitatif dengan pendekatan normatif dan sosiologis. Data penelitian diperoleh dari data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyaknya pedagang asongan di Gili Air yang memahami bahkan mengimplementasikannya sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini juga terkait karena adanya kesadaran dalam menerapkan ajaran agama dalam aktivitas sosial ekonomi (bisnis) yang akan berdampak positif pada usaha yang mereka jalankan.

Kata kunci: implementasi, etika, prinsip ekonomi Islam

Abstract

This study aims to determine the implementation of ethics carried out by traders in accordance with the perspective of Islamic Economy in the Gili Air tourism area, North Lombok Regency. The data analysis method used in research is qualitative analysis with normative and sociological approaches. Research data is obtained from primary data and secondary data with data collection techniques in the form of observation, documentation, interviews. The results of this study show that there are still many hawkers in Gili Air who understand and even implement it in accordance with Islamic teachings. This is also related to the awareness in applying religious teachings in socio-economic activities (business) which will have a positive impact on the business they run.

Keyword: implementation, ethic, Islamic economic principle.

PENDAHULUAN

Islam memandang, bahwa aktivitas sosial ekonomi yang menghendaki adanya tempat bertemunya pembeli dan penjual (pasar) kedudukannya sangat penting. Dalam konteks ini, pasar dapat terjadi di mana saja, asal ada aktivitas sosial ekonomi dan atau bisnis yang sedang dilaksanakan. Karena itu, dalam Islam nilai-nilai moral dan etika seperti kejujuran, keadilan, keberkahan (falah) dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pedagang. Nilai moral dan etika tersebut cermin dari kesadaran bahwa sebagai pemeluk agama Islam, sudah seharusnya ajaran-ajaran ekonomi harus

diimplementasikan dalam aktivitas berbisnis dan atau berdagang. Bahkan baginda nabi tidak menyukai transaksi bisnis (jual beli) yang tidak mengindahkan nilai-nilai moralitas. Implementasi nilai-nilai moral dalam aktivitas berdagang harus disadari secara personal. Dengan kata lain, setiap pedagang sah-sah saja berdagang dan memiliki orientasi mendapatkan keuntungan, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan sebesar-besarnya tetapi juga keberkahan.

Islam melarang pemeluknya berbisnis, berjualan, dengan menghalalkan segala cara untuk mencapai yang diinginkan. Pedoman ketenagakerjaan Islami tidak mengizinkan umat

Islam bekerja untuk mendapatkan uang sesuka hati dan dengan cara yang salah, seperti penipuan, ketidakjujuran, sumpah palsu dan praktik-praktik pelanggaran lainnya (Nur Imron, 2023:104). Tetapi dalam Islam ada aturan main (*rule of the game*). Terdapat batasan yang meletakkan mana sesuatu yang dibolehkan, mana sesuatu yang tidak diperbolehkan. pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh (haram), yang benar (halal) dan salah. Aturan main inilah yang dikenal dengan terma 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, masyarakat kaum muslim mulai menyadari betapa pentingnya etika bisnis. Etika bisnis ini, merupakan prinsip dari pada ekonomi Islam. Kaum muslim mulai menekankan pentingnya adanya hubungan yang tidak dapat dipisahkan oleh 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 mana dan kapanpun (tidak terikat ruang dan waktu). Dalam ajaran agama Islam, pasar merupakan tempat transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoretis maupun praktis Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syariah. Namun demikian, harus difahami juga bahwa pasar tidak serta merta pada tempat dan lokasi tertentu, melainkan terdapat juga di tempat wisata, seperti yang ada di Gili Air. Hal inilah yang dicoba untuk dikaji di Gili Air. Gili Air merupakan tempat yang di banyak dikunjungi turis mancanegara. Tidak sekedar dikunjungi, bahkan para wisatawan menjadikan Gili Air sebagai tempat tinggal. Ini menunjukkan bahwa pedagang asongan dan masyarakat pada umumnya secara langsung berinteraksi dalam berbagai bidang, terutama dalam hal aktivitas sosial ekonomi (bisnis). Sebagai suatu kawasan masyarakatnya dihuni oleh selain warga setempat pasti rentan praktik jual beli (bisnis) yang mengabaikan prinsip ekonomi Islam. yang berbeda dengan tempat pada umumnya.

Di sini setiap pedagang hampir setiap hari dihadapkan dengan hubungan jual beli dengan turis, melayani berbagai bentuk kebutuhan yang berkaitan dengan barang yang dijual dan sebagainya. Dalam menjalankan kegiatannya, para pedagang juga tidak diawasi begitu ketat sehingga membuka peluang dilanggarnya aturan, etika dan prinsip-prinsip moral. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka ada beberapa hal yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimanakah bisnis (berdagang) secara Islami. Serta sejauh mana implementasi prinsip ekonomi Islam pada pedagang di Gili Air kabupaten Lombok Utara

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi kasus dengan menggunakan metode survei pada seluruh pedagang di Gili Air kabupaten Lombok Utara. 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, terdiri dari pedagang asongan sebanyak 6 orang, 2 orang karyawan, 1 orang pemilik usaha (*owner*) dan 3 orang adalah masyarakat setempat.

Penelitian yang dilakukan berupa deskriptif dengan menggunakan studi literature 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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Islam menempatkan etika sebagai prinsip mendasar dalam seluruh aktivitas sosial ekonomi manusia, khususnya aktivitas bisnis, jual beli (berdagang). Dalam menjalankan segala aktivitas terutama kegiatan bisnis sangat memerlukan adanya etika. Dengan adanya etika bisnis, maka segala kegiatan bisnis akan lebih terjaga dan berlangsung dengan baik (Novia Ningrum, 2023: 117). Keberlangsungan tersebut terjalin 'baik' antara kedua belah pihak, karena dilandasi nilai-nilai etis dan kejujuran yang merupakan bagian dari prinsip ekonomi Islam.

Dalam ajaran Islam prinsip ekonomi Islam, telah banyak diketengahkan berbagai

literature. Kesemuanya bersumber dari ajaran Al-Quran dan hadist nabi saw. Terma bisnis (*al-tijarah*) dan dalam bahasa arab tjaraha, berawal dari kata dasar *t-j-r, tajara, tajran wa tijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. At-tijaratun walmutjar yaitu perdagangan, perniagaan (menurut kamus almunawwir). Ar-Raghib al-Asfahani menjelaskan at-Tijarah sebagai pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Terdapat Juga penjelasan yang menyatakan bahwa tjarah berarti seseorang yang mahir dan cakap yang mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usaha aktivitas sosial ekonomi. Lebih jauh diuraikan bahwa bisnis Islami sama dengan bisnis yang 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 membuka ruang yang luas dan kebebasan bagi setiap pemeluk untuk melakukan usaha (bisnis). Bisnis juga merupakan sarana kebaikan yang dapat memberikan peluang terbaik bagi kita sebagai pribadi yang bermanfaat. Bahkan bisnis dapat mengangkat kita kepada *maqom* nabi yang mulia dan para syuhada (Fabachraen, 2019:46). Secara umum kaum muslim harus mentaati prinsip-prinsip berikut, antara lain yaitu : mencari rezeki bagi kaum muslim adalah suatu kewajiban, mengutamakan rezeki yang halal, menerapkan prinsip-prinsip etika Islami, sarana ibadah, persaingan sehat, inovatif dan lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap sejumlah responden, maka hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Terdapat sebanyak 83% para pedagang asongan di Gili Air sudah menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam bisnis. Prinsip-prinsip yang dimaksud tersebut meliputi etika, 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 Gili Air, yakni sebesar 85 % di dalam kegiatan produksi menerapkan prinsip ekonomi Islam, seperti dalam hal menjual barang sesuai syariah Islam yang halal dan baik untuk digunakan (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. Sejalan dengan apa yang dikemukakan Sa'ad Marthon (2007:89) mendorong pasar untuk mewujudkan kemaslahatan individu dan masyarakat (dalam Mashur, 2019:16).
3. Untuk sistem harga, sebanyak 78% pedagang di Gili Air sudah menerapkan sistem harga sesuai yang didasarkan pada nilai-nilai Islami. Hal ini ditunjukkan 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 barang dagangan aksesoris ada yang berbeda dengan pedagang asongan lainnya. Berkaitan dengan harga, ajaran Islam melarang pedagang melakukan rekayasa 'harga'. 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. Sebaliknya, 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 waktu. Dalam kaitan ini, berdasarkan hasil wawancara peneliti, dapat dipastikan bahwa sekitar 80% dari para pedagang di Gili Air melaksanakan prinsip manajemen. Peneliti menilai dua aspek manajemen, yakni : a) manajemen waktu. Dalam konteks ini, para pedagang memanfaatkan waktu sebaik mungkin untuk berjualan. Para pedagang tidak lalai dan tetap istiqomah menjalankan ibadah. b) manajemen produksi. Dari sisi produksi, para pedagang mampu memanfaatkan waktu untuk memproduksi, membuat barang dagangan. Lebih konkrit, ketika pembeli memesan (order) suatu barang, pedagang tidak lalai. Sebaliknya, pedagang memberikan barang orderan tersebut sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Masih berkaitan manajemen, menurut sumber yang sama, dinyatakan juga bahwa manajemen bagi mereka tidak hanya berkaitan dengan manajemen waktu, manajemen produksi tetapi juga manajemen berdasarkan akhlak luhur (*akhlakul karimah*), terbuka, demokratis, berdasarkan ilmu, tolong menolong (*ta'awun*) dan berdasarkan perdsamaian.
5. Ibadah. Para pedagang di Gili Air, memahami bahwa aktivitas berjualan, berbisnis, berprofesi sebagai pedagang asongan adalah bagian dari keharusan bagi setiap orang untuk bekerja, dan bekerja adalah ibadah. Apapun aktivitas ekonomi yang berlandaskan Alquran dan sunah, serta yang dilakukan oleh umat Islam secara benar dan komprehensif

merupakan aktivitas ekonomi syariah (*Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024:5*)

KESIMPULAN

Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta. Karenanya, segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan prinsip-prinsip yang diajarkan agama dengan tidak melakukan kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman lainnya. Kesadaran terhadap pentingnya prinsip-prinsip etis dalam jual beli 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. Lebih dari itu, aktivitas berdagang bertujuan untuk beribadah, yaitu untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.

SARAN

Kepada seluruh UMKM di Kota Mataram dapat lebih inovatif dalam mengembangkan penggunaan Digital Marketing dalam kegiatan promosi dan pemasaran hasil produknya sehingga lebih dikenal di kalangan masyarakat luas dan berdampak terhadap profit yang lebih tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH (12pt)

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 asongan di Gili Air yang telah meluangkan waktu dan kesediaannya untuk diwawancarai sekaligus bersedia untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari penulis terkait topik penelitian. 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

Direktorat Pendidikan dan Riset Keuangan Ekonomi Syariah Komite Nasional Keuangan Ekonomi Syariah, *Kumpulan kulturekonomi Syariah*, Jakarta: Komite Nasional Keuangan Syariah, 2019.

Jalil, Abdul, et all. *Implementation Mechanism of Ethics in Business Organizations*.

International Business Research. Vol. 3, No. 4; October 2010. www.ccsenet.org/ibr

Mashur, dkk, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah Di Pasar Tradisional Lendang Bajur Kabupaten Lombok Barat Nusa Tenggara Barat (NTB)*. Jurnal : Econetica Vol. 1 Nomor 2, 2019. DOI: <https://doi.org/10.0602/econetica.v1i1.81>

Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2018

Mujahidin, Akhmad. 2005. Etika Bisnis dalam Islam (Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis). Hukum Islam. Vol. IV No.2 Desember 2005).

Novia Ningrum, Diah, dkk, Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konveksi Rizma Collection), JEBISKU: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, Volume 1, Nomor 1, Maret 2023.

Nur Imron, Yudha, *Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pemasaran Marketplace Shopee*, Journal of

Economics, Law, and Humanities,
Vol. 2, No.1, (2023). DOI:
<https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/jelhum/article/view/1699/520>.