

ETIKA TAWAR-MENAWAR DALAM HUKUM EKONOMI SYARIAH INDONESIA

Al Hafizh Firza *¹
Muhamad Aji Purwanto ²

^{1,2} Syariah dan Ekonomi Islam, STAIN Bengkalis

*e-mail: alhafizfirza@gmail.com ¹, ajipurwanto100@gmail.com ²

Abstrak

Etika tawar menawar dalam hukum ekonomi syariah merupakan suatu moral atau akhlak manusia ketika sedang dalam proses tawar menawar, dengan menerapkan prinsip kejujuran dan adanya iktikad baik, akan tetapi sering kita jumpai tidak banyak masyarakat yang menerapkan prinsip-prinsip tersebut. Penawaran merupakan suatu produk atau jasa yang ditawarkan dengan jumlah dan tingkat harga tertentu dan dalam kondisi tertentu. Semakin tinggi harga suatu produk atau jasa, maka semakin banyak pula produk atau jasa yang ditawarkan. Hal inilah yang dapat menjadi kajian dalam tulisan ini, dimana etika dalam tawar menawar ini dapat diterapkan di kehidupan sehari-hari. Adapun metode penelitian yang dipraktikkan dalam jurnal ini yaitu jenis study research library yang merupakan studi kepustakaan, yang artinya seluruh informasi dikumpulkan dengan menggunakan sumber-sumber perpustakaan. Hasil penelitian ini dapat menerapkan masyarakat untuk berperilaku yang baik dalam proses tawar menwar.

Kata kunci: Etika, Tawar Menawar, Penawaran

Abstract

Bargaining ethics in sharia economic law is a moral or human character when in the process of bargaining, by applying the principles of honesty and good faith, but we often find that not many people apply these principles. An offer is a product or service offered at a certain quantity and price level and under certain conditions. The higher the price of a product or service, the more products or services offered. This is what can be studied in this article, where the ethics of bargaining can be applied in everyday life. The research method practiced in this journal is a type of library research study which is a library study, which means that all information is collected using library sources. The results of this research can apply to society to behave well in the bargaining process.

Keywords: Ethics, Bargaining, Offering

PENDAHULUAN

Jual beli merupakan pekerjaan yang paling banyak diminati oleh masyarakat, apalagi di zaman modern seperti sekarang ini. Kita telah mengetahui bahwa profesi terbaik dinyatakan oleh Nabi Saw. Salah satunya adalah perdagangan (jual beli). Namun ada syarat Rasulullah Saw, yaitu penjualan atau penukaran mabrur atau tidak boleh terbebas dari unsur penipuan, baik dari segi proses, kualitas maupun kuantitas dan dari barang yang dipertukarkan.

Jual beli juga merupakan aktivitas sehari-hari yang dilakukan setiap orang dari waktu ke waktu. Namun, perdagangan yang adil menurut hukum Islam tidak dilakukan oleh semua umat Islam, dan sebagian tidak memahami aturan yang ditetapkan dalam hukum Islam. Adanya syarat jual beli yang bisa melanggar syarat jual beli yaitu dengan paksa, penipuan, dan kerusakan.

Allah SWT melarang hamba-hamba-Nya yang beriman memakan harta tetangganya secara zalim dan untuk keuntungan yang haram serta melanggar hukum syariat. Suatu transaksi pembelian-pembelian dianggap sah apabila transaksi tersebut tanpa cela, transaksi tersebut mengandung unsur paksaan, penipuan, itikad buruk dan keadaan-keadaan lain yang menjadikan transaksi dan pembelian tersebut batal.

Di zaman saat ini maupun di zaman Rasulullah, tawar-menawar tidak jauh berbeda dengan tawar-menawar tradisional. Tawar-menawar sendiri merupakan proses pertukaran informasi antara pembeli dan penjual sebelum mencapai kesepakatan dalam mekanisme jual beli.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka umat Islam pun ikut serta dalam mengamalkan Muammalah. Keterlibatan ini diwujudkan dengan menetapkan aturan dalam berbisnis yang disebut Etika Bisnis Islam. Etika bisnis Islam merupakan ilmu yang membahas permasalahan perekonomian khususnya jual beli ditinjau dari benar dan salahnya, baik dan buruknya, sesuai dengan standar moral Islam. Etika bisnis Islam juga dapat diambil dari Al-Quran dan Hadits, karena etika digunakan untuk memandu kegiatan ekonomi dan bisnis.

Kita biasanya memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan cara jual beli. Pedagang mendapatkan uang yang dapat mereka gunakan untuk membiayai hidup mereka dan konsumen mendapatkan barang yang dapat mereka kelola dan gunakan sehari-hari. Keduanya mendapatkan keuntungan dari simbiosis timbal balik ini. Tidak jarang dua orang terlibat dalam proses tawar menawar untuk mencapai harga yang disepakati. Namun tidak jarang ada yang terluka dan pasrah ketika sedang proses tawar menawar.

tawar menawar diperbolehkan dalam Islam selama dilakukan sesuai dengan hukum Islam. Tujuannya adalah untuk mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak. Pedagang selalu mendapatkan apa yang mereka harapkan dan konsumen mendapatkan harga yang sesuai dengan keadaan keuangan mereka. Dalam hal ini tawar menawar ini seringkali berujung pada perilaku pelanggan yang buruk. Sehingga penjualan yang seharusnya dapat mereka kelola keuntungannya menjadi tidak tercapai akibat tawar menawar yang tidak sesuai dengan kesepakatan. Maka dari itu peneliti memilih judul etika tawar menawar dalam jual beli ini agar bisa membantu masyarakat dalam mencapai prinsip keadilan, prinsip kejujuran, dan prinsip kesepakatan. Untuk mempelajari dan mengetahui etika-etika tawar menawar dalam hukum ekonomi syariah.

METODE

Metode penelitian dalam penelitian ini bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif adalah dimana penelitian yang dilakukan berada dalam aturan tertentu yang ada dalam kehidupan yang riil (alamiah) dengan tujuan untuk mencari tahu secara mendalam dan dapat memahami suatu fenomena yang terjadi di masyarakat. Dipilihnya penelitian ini karena masyarakat Indonesia sangat minim sekali menerapkan etika tawar menawar yang baik dalam jual beli. Dengan adanya tulisan ini semoga dapat membantu masyarakat Indonesia untuk mengetahui serta menerapkan etika-etika baik ketika sedang berbelanja maupun ketika sedang berbisnis. Metode deskriptif merupakan pengamatan yang bersifat ilmiah yang dilakukan secara hati-hati dan cermat dan karenanya lebih tepat dan akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Etika Tawar Menawar Dalam Hukum Ekonomi Syariah

a. Pengertian Etika

Etika atau ethics berasal dari bahasa Inggris dan memiliki banyak arti. Sebenarnya kata etika berasal dari bahasa Latin ethius (Yunani is ethicos) yang berarti kebiasaan (custom) atau karakter. Ilmu pengetahuan ini berkembang dan menjadi suatu ilmu pengetahuan yang menganalisis penyebab perilaku manusia yang dapat dan tidak dapat dinilai baik. Pada saat ini, istilah etika mengacu pada aturan moral yang mengatur perilaku individu dalam masyarakat yang beradab, serta peraturan formal diciptakan untuk mengatur hubungan manusia dalam setiap situasi sosial.

Menurut Bertens, etika memiliki dua arti: praktis dan reflektif. Dalam praktiknya, etika berarti nilai-nilai dan standar moral yang baik yang diikuti atau tidak diikuti, meskipun harus dipraktikkan. Etika secara praktis mempunyai arti yang sama dengan moralitas atau akhlak, yaitu apa yang boleh dilakukan, apa yang tidak boleh dilakukan, apa yang patut dilakukan, dan sebagainya. Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral.¹

¹ K. Bertenz, Etika, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), h. 22

b. Pengertian Penawaran

Penawaran adalah barang atau jasa yang ditawarkan pada jumlah dan tingkat harga tertentu dan dalam kondisi tertentu.² jumlah total barang atau jasa yang ditawarkan di pasar pada tingkat harga dan waktu tertentu. Semakin tinggi harga suatu produk atau jasa, maka semakin banyak pula produk atau jasa yang ditawarkan. Produsen atau pengecer menawarkan lebih banyak produk ketika harga naik. Penawaran tidak lepas dari harga barang atau jasa yang ditawarkan. Jika harga suatu barang atau jasa meningkat maka jumlah barang jasa yang ditawarkan juga meningkat, dan sebaliknya. penawaran adalah proses yang tidak bisa dihindari. Sebab, ada dua dampak yang saling bertentangan. Pembeli tentunya ingin menjual produknya dengan harga yang tinggi. Di sisi lain, konsumen ingin membeli barang dengan harga yang murah.

c. Macam - Macam Penawaran

Ada lima jenis penawaran yaitu:

- 1) Penawaran batas rendah adalah penawaran oleh pembeli yang dapat menjual dengan harga lebih rendah dari harga pasar.
- 2) Penawaran tambahan adalah penawaran yang dapat dibeli dengan harga yang sama. Ini adalah tawaran penjual.
- 3) Tawaran batas tinggi adalah tawaran untuk menjual produk dengan harga lebih tinggi dari harga pasar yang ditawarkan penjual.
- 4) Tawaran individu adalah tawaran yang dilakukan oleh satu orang.
- 5) Pasokan pasar adalah pasokan dari berbagai pembeli pasar.

Berdasarkan hal di atas, dapat membedakan berbagai jenis penawaran bergantung pada jumlah pelanggan dan harga yang ditawarkan.

Tawaran tersebut tidak bisa berdiri sendiri. Pada dasarnya pasokan hanya bisa ada jika ada permintaan. Sederhananya, tidak ada penjual jika tidak ada pembeli.

Penawaran berbanding terbalik dengan permintaan. Namun ketika keduanya bertemu maka akan tercapai suatu titik keseimbangan atau yang sering disebut dengan equilibrium

d. Teori Penawaran

Menurut hukum penawaran, semakin tinggi harga suatu barang maka semakin banyak pula jumlah barang yang diberikan (*ceteris paribus*).³ Hukum penawaran menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kuantitas suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen. Artinya ketika harga barang atau jasa naik maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan juga meningkat. Sebaliknya, ketika harga barang atau jasa turun maka produksi barang atau jasa tersebut cenderung menurun. Maka kedua penjelasan tersebut harus disertai dengan faktor-faktor lain yang dianggap konstan atau sering disebut *ceteris paribus*.

e. Masalah Yang Terkait Dengan Tingkat Pemasaran

Perbedaan antara penawaran dan permintaan terletak pada perspektifnya. Permintaan dilihat dari sudut pandang konsumen, sedangkan penawaran dilihat dari sudut pandang produsen. penawaran dan permintaan mempengaruhi kuantitas dan juga harga barang atau jasa.

Penawaran dapat dipengaruhi oleh beberapa hal yang sangat penting, yaitu:

- 1) Harga barang itu sendiri
Ketika harga sedang naik, maka jumlah barang yang dijual akan naik. Kemudian sebaliknya, ketika harga sedang turun, maka jumlah barang yang dijual pun menurun.
- 2) Harga barang lain yang terkait

² Enizar, Hadis Ekonomi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013) h. 19

³ Sadono Sukirno, Pengantar Teori Mikro Ekonomi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), h. 86.

Jika harga suatu barang substitusi meningkat, maka penawaran barang tersebut meningkat dan sebaliknya. Pada saat yang sama, dapat dikatakan tentang barang tambahan bahwa jika harga barang tambahan tersebut naik, maka pasokan barang tersebut berkurang atau sebaliknya.

3) Teknologi

Contoh, Sebelum adanya mesin pendingin dan teknologi pengaduk minuman, konsumen lebih suka mengaduk minumannya dan menggunakan es balok untuk mendinginkannya. Tentu saja kedua hal tersebut akan menambah biaya dan waktu kerja pelanggan. Setelah menggunakan mesin ini, waktu yang dibutuhkan akan lebih singkat, dan pelanggan tidak perlu membayar jasa orang lain. Oleh karena itu, pelanggan dapat menambah jumlah produk dengan harga yang sama, sehingga menghasilkan lebih banyak produk dari sebelumnya.

4) Ekspetasi

Teori pemikiran prospektif juga melihat prediksi tentang masa depan. Namun, dari sudut pandang konsumen, ada sudut pandangnya. Misalnya, untuk minyak goreng. Misalnya penjual menjual minyak. Konsumen memperkirakan harga minyak goreng akan naik sehingga mereka dapat menyimpan persediaan sekarang dan menjualnya nanti.

5) Jumlah pedagang/penjual

Seiring bertambahnya jumlah pembeli suatu produk, maka penawaran produk tersebut juga meningkat.

6) Biaya produksi

Peningkatan biaya input mempengaruhi biaya produksi. Ketika biaya produksi meningkat, produsen mengurangi produksi, yang mengakibatkan penurunan tawaran barang.

7) Kebijakan pemerintah

Kebijakan pemerintah yang mengurangi barang impor menyebabkan pasokan terhadap kebutuhan tersebut, dan kebutuhan tersebut harus dipenuhi agar pasokan itu sendiri meningkat.⁴ mengingat faktor-faktor di atas, maka harga produk dianggap paling penting dan dijadikan acuan dalam analisis penawaran. Harganya sama dengan jumlah penawaran. Ketika harga sedang tinggi, produsen berlomba-lomba menjual barangnya untuk menambah pasokan. Sementara itu, saat harga turun, produsen menunda penjualan atau menyimpan produk di gudang sehingga mengurangi pasokan.

f. Penawaran Dalam Islam

Yang membedakan penawaran islam dengan penawaran tradisional adalah barang atau jasa yang ditawarkan harus transparan dan memuat informasi rinci, seperti kondisi barang, kelebihan dan kekurangan barang. Jangan biarkan tawaran ini merugikan pihak yang mengajukan permintaan. Adapun Nabi SAW ketika melakukan penawaran, beliau selalu menunjukkan keterangan mengenai produk tersebut, dan menyebutkan harga jualnya, serta menunjukkan harga jual produk tersebut serta jumlah uang yang dapat diperolehnya.⁵ Dijelaskannya juga, selain itu ada masa qiyar dalam jual beli dan Nabi juga melarang menawar orang lain.

Islam sebenarnya sudah memberikan pengaturan tentang hak pilih yang terangkum dalam bahasan tentang khiyar. Dan ini akan membawa kemaslahatan bagi konsumen dan kepuasan bagi penjual, karena aktivitas jual beli tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan profit dan benefit yang diperoleh seorang penjual.

Nabi SAW bersabda :

لَا يَبِيعُ بَعْضُكُمْ عَلَى بَيْعِ أَخِيهِ

Dari Abdullah Ibn Umar ra, yang keduanya diridhoi Allah SWT bahwa, "Janganlah seseorang menjual di atas jualan saudaranya." (HR. Bukhori)⁶

⁴ Eko Suprayitno, Ekonomi Mikro Perspektif Islam, (Malang:UIN Malang Press, 2008), h. 71-72.

⁵ Enizar, Hadis Ekonomi, h. 20.

⁶ Imam Bukhari, Shahih Bukhari, (CD al-Maktabah al-Syamilah al-Ishtar al-Tsani, 2005), jilid VIII, h. 76.

Hadits tersebut menjelaskan bahwa permintaan artifisial terjadi ketika konsumen menciptakan permintaan palsu, dan ketika permintaan terhadap suatu produk tinggi, maka harga jual produk tersebut meningkat.⁷

Berdasarkan hadits di atas, ada beberapa hal yang harus diperhatikan kedua belah pihak dalam suatu transaksi. Baik pembeli maupun penjual dapat menahan diri untuk tidak membeli penjualan orang lain atau menawar tawaran orang lain. Segala transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kesepakatan antara kedua belah pihak. Informasi mengenai barang yang dijual harus sama, tidak hanya mengenai kualitas dan kuantitasnya, tetapi juga mengenai harga beli dan waktu penerimaannya. Harus dipastikan tidak ada seorang pun yang merasa ada masalah dan tidak ada kelompok yang merasa ditipu.⁸ Dalam Islam, dilarang keras memaksa seseorang untuk membeli atau menjual sesuatu agar tidak merugikan seseorang.

Apabila jual beli tersebut dilakukan dengan penawaran yang haram, maka terdapat perbedaan pendapat mengenai hukum jual beli, yaitu:

- a. Menurut Jumhur, jual beli itu halal tapi dosa.
- b. Hanafiyah dan Malikiyah dalam satu riwayat mereka dan Ibnu Hazm mengatakan bahwa jual beli itu tidak sah

Perbedaan pendapat itu mungkin disebabkan sah atau tidaknya jual beli itu, biasanya dilihat dari sah atau tidaknya Syarat-syarat perjanjian jual beli yang telah terpenuhi. Fuqaha yang berpendapat bahwa jual beli itu halal tetapi berdosa, fokus pada terpenuhinya syarat-syarat rukun jual beli yang. Namun mereka yang mengatakan bahwa hukum jual beli itu salah, karena menganggap salah satu unsur hadisnya tidak lengkap.⁹

Adapun adab saat tawar menawar yaitu:

- 1) Adanya iktikad baik
Kesediaan untuk membeli (Jika tidak ingin membeli, jangan memesan dan membatalkan kontrak pembayaran.) Membatalkan transaksi adalah tindakan yang tidak bijaksana, membuat frustrasi dan merugikan pembeli.
- 2) Jujur
Penjual harus jujur pada setiap pelanggan yang ingin membeli. Tidak boleh menaikkan harga barang dengan disengaja.
- 3) Jangan menawarkan produk yang sedang dalam proses penawaran oleh orang lain.
- 4) Jangan iri hati satu sama lain dan jangan mengungkit keburukan orang lain. Jangan saling membenci, jangan bermusuhan satu sama lain, dan jangan menawar yang satu lebih mahal dari yang lain. Jadilah hamba Allah yang bersaudara. Seorang Muslim adalah saudara dari Muslim lainnya karena dia tidak menindasnya, tidak menipunya, membohonginya atau mempermalukannya. Ini adalah tempat kesalehan (Nabi, damai dan berkah besertanya) menunjuk ke adanya dan mengulangnya tiga kali. Seseorang harus dianggap jahat jika dia mempermalukan saudaranya yang Muslim. Haram hukumnya seorang muslim menumpahkan darah, merampas harta benda dan mencemarkan kehormatan umat islam lainnya. (HR.Muslim).
- 5) Penjual Jangan terlalu banyak sumpah
Hal yang terlihat di pasar antara lain adalah janji-janji atau sejenisnya yang keluar dari mulut para pedagang untuk mengungkapkan gagasan dan mempengaruhi konsumen (pembeli).¹⁰ Gunakan sumpah terutama yang berhubungan dengan Allah. ini adalah amalan yang dilarang oleh Nabi Muhammad SAW dengan bersabda, "Hindari olehmu memperbanyak (membiasakan) sumpah dalam berbisnis; karena sumpah itu (boleh jadi) memperlaris perdagangan, tetapi kemudian akan menghapuskan." (HR. Muslim).
- 6) Pembeli tidak boleh mencela barang dagangan.

⁷ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari'ah, (Jakarta: Kencana, 2015), cetakan ke-2 h. 206.

⁸ Ibid h. 210-211.

⁹ Enizar, Hadis Ekonomi, h. 131.

¹⁰ M. Amin Suma, Menggali Akar Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam, (Jakarta: Kholam Publishing, 2008), h. 318

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa masyarakat Indonesia masih banyak yang tidak menerapkan metode proses tawar menawar dalam prinsip islam

Proses tawar menawar yang dilakukan harus dilihat dari prinsip kejujuran, adanya iktikad baik, dan tidak boleh melakukan penawaran orang lain yang tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis islam adalah prinsip iktikad baik dan melakukan penawaran pada orang lain.

Melihat hal tersebut bahwa belum semuanya prinsip dalam penawaran tersebut mengacu pada etika bisnis Islam. Kalau dilihat, bagi masyarakat prinsip ini bukanlah segalanya. Sehingga jarang ada masyarakat yang menerapkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bertenz, K. (2007). *Etika*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bukhari, I. (2005). *Shahih Bukhari*. CD al-Maktabah al-Syamilah al-Ishdar al-Tsani.
- enizar. (2013). *hadits ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Riyadi, I. Y. (2015). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari'ah*. Jakarta: Kencana.
- Sukimo, S. (2000). *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suma, M. A. (2008). *Menggali Akar Serat Ekonomi Dan Keuangan Islam*. Jakarta: Kholam Publishing.
- Suprayitno, E. (2008). *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press.