

Relevansi dan Kontribusi Pemikiran Al Ghazali Dalam Etika Bisnis Islam: Sebuah Tinjauan Umum

Ian Rakhmawan Suherli^{1*)}, Ahmad Hasan Ridwan²⁾, Nurul Rahmah Kusuma³⁾, Muhammad Al Qorni⁴⁾,
Naufi Fajria Azzahro⁵⁾, Andri Sutira⁶⁾.

^{1,2,3,4,5} Program Studi Hukum Islam, Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung

⁶ Sekolah Tinggi Agama Islam Pelita Nusa Bandung Barat

*Email korespondensi: 3230120006@student.uinsgd.ac.id

Abstract

Ethics in business can be interpreted as learning about the differences between good and right and bad and wrong in the business environment which is based on moral values which are added to the rules of halal and haram, so Islam interprets business ethics as a collection of ethical attitudes and behavior in business which is based on religious teachings with prioritize halal and haram first. General provisions in thinking, especially business ethics according to Islam, which is the knowledge contained in the Qur'an and Al Hadith, which needs to be used as the main reference by all Islamic business actors so that in carrying out activities they are not only oriented towards gaining prosperity in the world but at the same time gaining prosperity in the hereafter. . The aim of this research is to see the contribution and relevance of Al Ghazali's thought. The method in this research uses library research which is then analyzed using descriptive methods. The results of this research are that Al Ghazali has conveyed the basic principles in an effort to obtain worldly wealth as well as the hereafter, namely with the instructions he gave regarding how to behave in business, basically adapted to the guidance of Islamic teachings, both the Qur'an and the Sunnah or Al Hadith.

Keywords: *Islamic Business Ethics, relevance, market ethics, Al Ghazali*

Saran sitasi: Suherli, I. R., Ridwan, A. H., Kusuma, N. R., Qorni, M. A., Azzahro, N. F., & Sutira, A. (2023). Relevansi dan Kontribusi Pemikiran Al Ghazali Dalam Etika Bisnis Islam: Sebuah Tinjauan Umum. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(03), 3303-3314. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10814>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10814>

1. PENDAHULUAN

Moral merupakan permulaan yang sangat penting untuk memicu seseorang bertindak baik, dilanjutkan dengan etika bertindak sebagai tanda kesepakatan secara rela dari semua anggota suatu kelompok. Dunia bisnis yang mengedepennkan moral akan mampu mengembangkan etika (patokan/rambu-rambu), sehingga menjamin kegiatan bisnis yang seimbang, selaras dan serasi. Etika yang merupakan rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggota-anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (*good conduct*) yang harus selalu dipatuhi dan dilaksanakan (Mawardi, 2018).

Prinsip dalam Ekonomi Islam, visi dan misi bisnis tidak hanya berorientasi pada maksimalisasi laba, akan tetapi mengutamakan manfaat dari suatu

jasa maupun produk serta keberkahan dalam memperoleh keuntungan (Ummah & Almalachim, 2019). Islam sangat menganjurkan manusia untuk berbisnis yang dalam kegiatan nya termasuk dalam klasifikasi muamalah, hal tersebut menunjukkan begitu dianjurkan nya manusia untuk berusaha dan bekerja keras di muka bumi. Dalam Hadits Nabi Muhammad SAW, terdapat sembilan pintu rezeki yang berasal dari usaha (bisnis), dimana pintu rezeki itu dibagi menjadi sepuluh pintu, sehingga bisa dibilang 90% rezeki berasal dari usaha (bisnis). Hal tersebut menunjukan bahwa dalam Islam beribadah kepada Allah SWT bukan hanya ibadah wajib, seperti sholat, puasa, dan zakat saja, tetapi kegiatan berusaha pun masuk dalam ibadah dengan syarat sesuai dengan ajaran syariat Islam. Sehingga Menurut (Thaliya et al., 2021), berusaha dalam kegiatan bisnis tidak hanya

ditujukan pada keuntungan semata tetapi disertai dengan keinginan untuk mendapat ridho Ilahi.

Menurut (Rachmawati, 2022), rambu-rambu pembatas berupa syariat Islam wajib ditaati oleh pebisnis Islam dalam menjalankan usahanya. sedangkan hal ini sangat bertolak belakang dengan teori bisnis dalam ilmu ekonomi klasik yang terkesan diperbolehkan untuk melakukan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal (Lestari, 2020).

Korelasi antara ajaran Islam dengan etika bisnis, berdasarkan pola berfikir logika seorang pebisnis Islam adalah “*hablum minallah wa hablumminas*” artinya adalah hubungan antara pencipta dengan manusia yang diciptakannya dan hubungan lingkungan dari manusia dengan manusia lainnya, kehadiran Allah SWT dalam semua lingkup kehidupan dan aktivitasnya menjadi sebuah keharusan mutlak agar seluruh kegiatan dan perilakunya bisa selalu dalam aturan ajaran Islam. Kepercayaan tersebut, perlu menjadi bagian yang tidak terpisahkan oleh semua penganut agama Islam dalam melakukan kegiatan bisnis dan disebabkan usaha dalam ajaran agama Islam bukan sepenuhnya berorientasi duniawi melainkan perlu mempunyai visi akhirat yang jelas (Muhayatsyah, 2020).

Prinsip fundamental dari moral agama kedalam perilaku berbisnis sudah selayaknya dapat menjadi salah satu kajian untuk melengkapi infrastruktur sistem kehidupan sosial dan ekonomi penganut Agama Islam yang digali dari Al Qur'an dan As Sunnah atau Al Hadits. Sejarah perkembangan Islam telah mewariskan salah satu ulama yang memiliki kemampuan multi disiplin ilmu, dimana mewarnai khazanah keilmuan etika bisnis Islam dan masih dianggap relevan sampai sekarang, terbukti dengan banyaknya kajian dan penelitian dalam berbagai jurnal-jurnal ilmiah dan juga dijadikan rujukan untuk ilmu ekonomi mikro dan makro Islam, yaitu Abu Hamid Muhammad al Ghazali atau biasa disebut adalah Al Ghazali.

Etika bisnis Islam terdapat kurang lebih lima ketentuan yang dapat menjadi rujukan moral bagi pelaku bisnis Islam sesuai dengan Al Qur'an, yaitu kesatuan, kesetimbangan, kehendak bebas, pertanggung jawaban dan kebenaran (Desiana & Afrianty, 2017), selanjutnya dilengkapi oleh Al Ghazali dengan tujuh prinsip dasar pada etika bisnis Islam yang dilandasi oleh lima ketentuan sebagai rujukan moral bagi pebisnis Islam. Pengembangan

etika bisnis menurut Islam berdasarkan dari kontribusi pemikiran Al Ghazali di era kontemporer diyakini masih relevan dalam implementasinya bagi para pelaku bisnis muslim yang ingin pola bisnisnya mendekati atau disesuaikan dengan ajaran Al Qur'an serta Al Hadits.

2. METODE PENELITIAN

Pembuatan artikel ini menggunakan metode penelitian dengan cara metode penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu penelitian dengan mengumpulkan data yang mana objek penelitiannya diperoleh dari berbagai informasi pustaka berupa jurnal ilmiah terdahulu, buku, ensiklopedia dan *website* yang membahas dan menginformasikan tentang etika, etika bisnis, etika bisnis Islam dan etika bisnis menurut pendapat Al Ghazali. Perihal jangkauan jurnal ini, maka penulis membatasi pembahasan tentang etika bisnis perspektif Islam mulai pada visi Al Qur'an pada etika dan bisnis dengan melakukan telaan jurnal-jurnal ilmiah terdahulu perihal etika bisnis Islam dan pendapat Al Ghazali yang diimplementasikan pada kondisi etika dan kondisi pasar era kontemporer.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Visi dalam Al Qur'an Perihal Bisnis dan Etika

Visi merupakan cara pandang menuju tujuan yang ingin dicapai (Anisa & Rahmatullah, 2020). Menurut (Widaningsih, 2020), Visi bisnis dan visi etika dalam Al Qur'an merupakan kompetensi, keilmuan dan sudut pandang yang terkandung didalam Al Qur'an dalam memprespektifkan persoalan bisnis dan etika. Cara pandang Al Qur'an mengajarkan suatu pandangan yang sepenuhnya utuh mengenai hakikat bisnis dan etika. Fungsi Al Qur'an merupakan suatu petunjuk untuk manusia-manusia menuju jalan yang mutlak benarnya, QS al isra (17 : 9) ;

إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا

Artinya: “*Sesungguhnya Al-Qur'an ini memberi petunjuk ke (jalan) yang paling lurus dan memberi kabar gembira kepada orang-orang mukmin yang mengerjakan kebajikan bahwa bagi mereka ada pahala yang sangat besar*”

Al Qur'an sebagai sumber ajaran dan nilai dimana pada umumnya bersifat umum atau global dan tidak terperinci secara *detail* (Hakim & Syaputra, 2020), sehingga dibutuhkan usaha pemikiran dan spesifikasi tertentu untuk dapat paham dengan artinya. Menurut Ashar Ali Engineer dikutip dalam (Faurani, 2019), bahwa dalam Al Qur'an bukan hanya terdiri dari rangkaian kata berbahasa Arab, akan tetapi sudah menjadi simbol kehidupan dan kehidupan yang berkembang dengan arti terletak pada adaptif sesuai dengan perubahan situasi dan ruang.

Menurut (Faurani, 2019), terdapat lima persoalan yang dihadapi penganut ajaran agama Islam saat berhadapan dengan Al Qur'an yaitu ;

- Penghayatan Al Qur'an dalam rangka untuk mengatasi kebutuhan masyarakat modern begitu kurang sehingga relevansi makna ajaran Al Qur'an tidak dapat disajikan dan disampaikan dengan optimal.
- Adanya kekhawatiran bahwa penyampaian ajaran Al Qur'an tidak sesuai dengan nilai-nilai atau pendapat yang ada dimasyarakat secara turun temurun.
- Para cendekiawan banyak tidak percaya diri dan merasa tidak mampu dalam pengkajian tafsir Al Qur'an sehingga tidak terdorong untuk melakukan pengkajian secara komprehensif.
- Adanya anggapan dalam pengkajian tafsir Al Qur'an memiliki persyaratan yang sulit untuk dilakukan sehingga pada ujungnya semakin jauhlah upaya melakukan pengkajian tentang Tafsir Al Qur'an.
- Penafsiran Al Qur'an kurang berkembang dibandingkan pada ilmu lain dikarenakan kurang adanya upaya pemecahan masalah tafsir Al Qur'an.

Kelima problematika yang ada diupayakan untuk direduksi dengan mengambil tema tentang etika bisnis dimana kebutuhan untuk suatu pemikiran baru untuk bisnis di dunia bisnis kontemporer. Allah SWT memerintahkan manusia dalam QS al Jumu'ah:10, sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.

Hakikat Bisnis dan Etika

Pemulaan memahami hakikat bisnis dan etika yang termuat dalam Al Qur'an, yaitu adalah mencari terma atau nama di Al Qur'an yang tepat untuk mewakili istilah etika dan bisnis atau setidaknya nama-nama yang serupa pada apa yang diartikan oleh pengertian bisnis dan etika. Al Qur'an terkandung didalamnya, kata-kata yang menyerupai apa yang diartikan dengan usaha atau bisnis dalam Al Qur'an yaitu *At tijarah*, *al bai'u*, *tadayuntum* dan *isyara* (Faurani, 2019).

Tijarah bisa dimaknai berniaga menurut ar Raghīb al Asfahani (Faurani, 2019), berarti pengaturan harta-harta yang ada untuk diupayakan memperoleh keuntungan. *Al bai'u* dalam memaknai halalnya jual beli, dan larangan melakukan riba dalam membisniskan harta kekayaan yang dimiliki. Jual beli tidak saja sebagai semata-mata bisnis, melainkan jual beli antara manusia dan pencipta-Nya (Ariyadi, 2018). Penggunaan pengertian muamalah dari kata *Tadayuntum*, yakni perniagaan jual beli, hutang piutang, penyewaan dan lainnya (Fahrudin, 2021). *Isyara* yang terdapat pada QS Al Taubah (9 : 11), berarti dipergunakan untuk mengartikan membeli, yaitu dalam maknanya Allah membeli diri sendiri dan harta benda para muslimin.

Paparan diatas menjelaskan bahwa di dalam Al Qur'an, namanya bisnis yang diambil dari nama at tijarah, al bai'u, tadayuntum dan isyara itu dasarnya bukan bersifat kebendaan dan fokus bertujuan mendapatkan untung secara materi saja, tetapi bersifat materi berikut non material, bahkan mengutamakan sesuatu yang bersifat non material. Kegiatan berniaga bukan hanya sesama manusia, melainkan interaksi antara manusia dengan Allah (Kambali, 2021). Berbisnis atau berniaga perlu dilakukan dengan kecermatan serta ketelitian apalagi didalam proses pengadministrasian dan kontrak-kontrak bisnis dilarang dilakukannya yang bersifat penipuan hanya untuk memperoleh keuntungan saja (Isima & Subeitan, 2021).

Bisnis atau berniaga pada dasarnya merupakan sebuah organisasi yang bekerja di tengah-tengah komunitas yang beroperasi didalam komunitas-komunitas lain (Nugroho, 2001). Perbendaharaan pemikiran Islam bahwa etika diartikan menjadi al akhlaq, al adab juga al falsafah al adabiyah (Dimiyati, 2021), yang bertujuan baik dalam meningkatkan moralitas manusia. Ayat-ayat Al Qur'an salah satunya mempunyai kandungan tentang etika. Menurut Amin

dalam (Faurani, 2019), memberikan batas-batas, yakni etika atau akhlak merupakan ilmu yang mempelajari makna apa itu baik dan buruk, menerangkan bagaimana manusia bersikap terhadap manusia lainnya, selanjutnya diperkuat oleh Majid Fakhry etika adalah gambaran rasional tentang hakekat pada tingkah laku dan keputusan yang benar beserta prinsip menentukan klaim bahwa tingkah laku tersebut secara moral diperintahkan dan dilarang (Fakhry, 1996).

Sistem Etika Islam dikelompokkan menjadi empat yaitu yang pertama moralitas skriptural, kedua teori-teori etika teologi, ketiga teori filsafat etika dan keempat etika religius (Faurani, 2019). Pertama, moralitas scriptural adalah motif moral AL Qur'an yang paling dominan adalah ketetapan bahwa manusia harus menempatkan dirinya dalam hubungan yang layak dengan Tuhan atau perintahNya jika ia hendak memuaskan kondisi kebajikan atau ketaqwaan, ketetapan ini berasal dalam konsep kewajiban agama dan prasyaratnya yang tak terelakan adalah ketaatan. Melanggar petunjuk-petunjuk ini dengan tujuan untuk meakukan hubungan yang salah antara Tuhan sebagai Pengatur dan Pencipta serta manusia sebagai makhluk tentu saja dinyatakan oleh Al Qur'an sebagai kemaksiatan, Kedua, teori-teori etika teologi, menurut al Syahratani dalam (Fakhry, 1996) mengatakan, mereka (*mutazilah*) setuju bahwa permasalahan mengenai benar dan salah perlu diketahui menggunakan akal, kemudian melaksanakan yang benar dan menjauhi yang dilarang juga adalah suatu kewajiban. Ketiga, teori filsafat etika yang berarti memahami etika secara filosofis secara benar bisa membantu kita membereskan persoalan (A. Abdullah, 2020). Bilamana prinsip dasar *universal* sudah terekonstruksi secara rasional oleh logika manusia, hal itu dapat membantu kita memaknai landasan umum, diaman diatasnya merupakan kepercayaan kita terhadap validitas norma etika yang telah kita miliki, dalam arti tersebut, filsafat etika yang mencoba menemukan prinsip dasar yang sudah ada pada suatu budaya akan memiliki nilai guna yang besar untuk mengurangi potensi pertentangan sosial dan ketidaknyamanan yang ada dalam diri kita. Keempat, etika religius.

Menurut al Hasan al basri dan Ibnu Abi al Dunya menggambarkan dengan baik pendekatan tradisional terhadap pengkajian moral dimana seluruh jawabannya menggunakan Al Qur'an dan As Sunnah atau Al Hadits. Para moralis religius lainnya

menyatakan hal sama berdasarkan dua sumber ajaran Islam. Seorang figur dalam sejarah religius adalah Abu al Hasan al Mawardi pada kitab yang ditulisnya yakni adalah *Adab al Dunya wa al Din* serta al Ahkam al Sulthaniyyah menunjukkan bahwa al Mawardi lebih memfokuskan pemikirannya dalam menganalisa perihal apa yang dipandang bahwa menitik beratkan kebaikan moral dan religius dalam ajaran Islam itulah yang utama.

Etika Bisnis Islam

Ajaran dalam Islam mengharuskan semua penganutnya untuk bekerja ataupun usaha dan tidak ada peluang bagi muslim untuk menganggur tanpa karya (M. Abdullah, 2015). Begitu pentingnya kerja sehingga Rosulullah SAW bersabda dalam hadits Riwayat Al Thabrani dan Baihaqi:

“Bekerja mencari sesuatu yang halal itu suatu kewajiban sesudah kewajiban beribadah”.

Kemudian Rosulullah SAW juga memberi penghargaan kepada pelaku usaha yang berperilaku baik, hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah ;

“Pebisnis yang jujur dan amanah akan tinggal Bersama para Nabi, shiddiqin dan para syuhada di hari kiamat”.

Pada dasarnya saat mempelajari etika dalam bisnis bermakna mempelajari perihal mana yang baik dan mana buruk (Hulaimi et al., 2017), benar dan salah didalam dunia perniagaan didasarkan pada prinsip moralitas. Kajian etika bisnis merujuk pada etika manajemen dan etika organisasi, etika bisnis bisa diartikan pemahaman mengenai moralitas didalam ekonomi dan bisnis. Aspek baik dengan buruk, terpuji dengan tercela, benar dengan salah, wajar dengan tidak wajar, pantas dengan tidak pantas dari tingkah laku manusia yang selanjutnya kajian etika bisnis Islam dalam aspek-aspek yang tertera diatas dalam lingkup aturan halal dan haram.

Menurut Agustin, bisnis dalam Islam atau bisnis syariah adalah bisnis yang didasarkan pada Al Qur'an dan As Sunnah dimana terdapat kesesuaian kegiatan bisnis dengan syariah Islam sebagai ibadah kepada Allah SWT untuk mendapatkan ridhoNYA. (Zamzam, 2020). Dalam kata lain, etika bisnis Islam merupakan sekumpulan perilaku etis bisnis yang dikemas oleh nilai-nilai syariah yang mengutamakan tentang haram dan halalnya sesuatu. Secara kaidah yang berlaku dan sederhananya bisa dijelaskan dalam aspek ekonomi dan bisnis, Al Qur'an sudah memberikan pelajaran, yaitu tiga aspek sekaligus. Pertama, larangan

kepemilikan harta yang tidak halal. Kedua, yaitu dalam cara dan proses mendapatkan, pengelolaan dan mengembangkan harta yang tidak halal itu adalah dilarang. Ketiga, Pengelolaan harta benda menjadi terlarang hukumnya bila berakibat mengganggu dan terugikannya pihak tertentu yang berakibat pada adanya pihak yang teraniaya. Untuk mendapatkan sudut pandang yang luas serta mandalam maka dari itu prinsip etika bisnis yang baiknya menjadi landasan suatu bisnis. Suatu pemikiran yang berlandaskan Al Qur'an maka paradigma bisnis dibuat dan berazaskan ketentuan- umum yang mana dapt dijadikan rujukan bagi kesadaran moral untuk pelaku bisnis muslim (Hijriah, 2016). Adapun ketentuan umum dimaksud yaitu ;

a. Persatuan (Unity)

Dunia yang didalamnya tidak terkecuali manusia juga merupakan miliknya Allah SWT yang memiliki kedaulatan mutlak atas makhluk-makhlukNYA . Allah adalah Tuhan Yang Kuasa menetapkan batasan-batasan tertentu pada perilaku manusia sebagai pemimpin dimuka bumi, agar dapat memberikan manfaat kepada pribadinya dengan tidak mengorbankan hak daripada individu-individu yang lainnya. Menurut Masadul Alam Choudhury (Badroen, 2015), menyatakan bahwa Ibnu Arabi menyatakan bahwa mencermati keteraturan semua hal di alam dunia ini bisa menembus sensasi dari Keesaan Allah SWT.

Pranata sosial baik itu agama, politik, moral dan hukumnya mengikatkan satu sama lainnya (Muslim, 2020), sesama anggota masyarakat begitu pula dengan perangkat institusionalnya tersusun sedemikian baiknya untuk membentuk satu kesatuan, dengan pola fikir tersebut maka dari itu etika dan bisnis menjadi pembentuk sebuah persamaan yang penting.

b. Keseimbangan (Equilibrium)

Dunia bisnis didalam agama Islam mewajibkan manusia untuk dapat bertindak adil kepada semua makhluk (Nurdin, 2021), baik kepada orang-orang yang tidak sepaham dan sependapat. Pengertian adil dalam agama Islam ditujukan supaya hak-hak lingkungan sosial, alam dunia, manusia lainnya dan Hak Allah serta Rosul-Nya difungsikan sebagai stakeholder pihak yang memiliki kepentingan atau pemangku kepentingan dari perilaku yang adil dari seseorang. Hak-hak tersebut diatas untuk dapat

dilaksanakan dengan memenuhi aturan ajaran agama Islam atau sesuai syariat Islam. Orang yang adil akan lebih dekat kepada ketaqwaan, Allah berfirman QS Al Maidah (5 : 8):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا إِعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.*

Apabila manusia berlaku adil maka otomatis akan semakin dekat dengan ketaqwaan, oleh sebab itulah dalam bisnis (tjaraah), agama Islam melarang untuk melakukan penipuan walaupun hanya menimbulkan keraguan sekalipun (Hasanah et al., 2021). Agama Islam mewajibkan para penganut-penganutnya agar bertindak adil bahkan berlaku adil harus didahulukan dibanding denganb berbuat kebajikan. Dalam dunia perdagangan, persyaratan suatu keadilan menjadi dasar didalam melakukan standarisasi kualitas dan ukuran pada semua takaran maupun timbangan. Allah berfirman (QA Al An'am : 152);

“.... Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil”.

Konsep keseimbangan juga bisa menjadi dasar pemikiran bahwa bisa dimengerti tentang keseimbangan hidup baik di dunia maupun akhiratlah yang perlu dijadikan pegangan oleh para pelaku usaha muslim. Oleh karena itulah konsep keseimbangan mempunyai makna memberiahukan kepada para pelaku usaha muslim agar dapat menempatkan orang lain dan dirinya pada suatu situasi yaitu pada kesejahteraan materi dan keselamatan di akhirat. Manusia dalam potensi kesempatannya memiliki kesamaan dan keseimbangan tersendiri dan setiap manusia dapat memperoleh keuntungan sesuai dengan

kapasitasnya. Manusia diciptakan Allah SWT dengan kapasitas, keterampilan, kecerdasannya dan bakat-bakat yang berbeda satu sama lainnya. Manusia secara insting diperintahkan untuk selalu hidup bersama-sama, kolaborasi dan saling menggunakan keahliannya masing-masing.

c. Bebas (*Free Will*)

Kehendak bebas merupakan asli kontribusi ajaran agama Islam dalam filsafat sosial mengenai aturan atau ide manusia yang bebas. Sejatinya hanya Maha Pencipta yang memiliki kebebasan akan tetapi pada batas kerangka pembentukan manusia juga secara relatif manusia juga mempunyai kebebasan menurut Syed Nawab Naqvi dalam (Faurani, 2019).

Manusia sebagai khalifah dimuka bumi memiliki kehendak bebas dalam mengatur dan mengelola kehidupannya dengan tujuan puncak kesucian diri. Manusia dianugrahi kebebasan kehendak untuk membimbing hidupnya menjadi khalifah. Ketentuan umumnya (aksioma) dalam perniagaan bahwa manusia sebagai individu mempunyai kebebasan dalam membuat suatu perjanjian termasuk pemenuhan janji bahkan pengingkaran terhadap kesepakatan tersebut. Seorang penganut agama Islam yang taat dimana percaya kepada kehendak Allah, maka mereka akan menepati janji-janji yang telah dibuatnya bersama-sama. Manusia sebagai individu adalah masyarakat terkecil dan mengakui bahwa sesungguhnya Allah SWT meliputi semua kehidupan umatnya baik secara sosial maupun individu. Kebebasan kehendak dalam berhubungan dengan kesatuan dan kesetimbangan adalah sebuah kebenaran. Perihal permasalahan perikatan atau perjanjian, baik perikatan atau perjanjian dengan Allah SWT maupun dengan manusia lainnya harus dapat melaksanakan pemenuhan semua janji tersebut. Allah berfirman dalam QS Al Maidah (5 : 1) ;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ
إِلَّا مَا يَتْلِي عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ
يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji!*

Uqud adalah konsep yang multidimensioanal, menurut Yusuf Ali dalam (Faurani, 2019), pengertian ini meliputi; pertama, kewajiban ilahi yang menyalurkan dari spirituil dan interaksi sesama kepada Allah SWT. kedua, kewajiban yang bersifat sosial dan ketiga kewajiban bisnis seperti perikatan maupun kontrak kerjasama atau perjanjian kepegawaian, dalam sistem ekonomi Islam menolak prinsip *laissez faire* (dalam bahasa Prancis berarti “biarkan apa adanya”, merupakan sebuah pendapat yang disusun dan dikemukakan secara rasional tentang ekonomi yang telah berkembang dari abad 18. Doktrin ini menolak campur tangan dari pemerintah dalam siklus perekonomian yang terjadi di masyarakat. Turut campurnya pemerintah dianggap bisa menjadi faktor penghambat berkembangnya pembangunan ekonomi (Wikipedia, 2022) dan *invisible hand* (Tangan tak kasat mata adalah suatu istilah didalam perekonomian yang menjadi acuan kekuatan yang mampu melakukan menggerakkan pasar kembali kepada keseimbangan alamiahnya, tatkala tidak ada campur tangan siapapun. Kekuatan tersebut sepenuhnya dilandaskan pada interaksi diantara pelaku perniagaan di pasar. Membiarkan kekuatan penawaran dan permintaan bekerja pada akhirnya akan mendapatkan alokasi sumber daya yang paling efisien dan menghasilkan manfaat sosial yang optimal (Nasrudin, 2019).

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Ketentuan umum tanggung jawab manusia sebagai individu begitu besar didalam ajaran agama Islam, apalagi bila dikaitkan pada kebebasan ekonomi. Prinsip tanggung jawab pribadi artinya adalah setiap manusia akan diadili di hari perhitungan secara orang perorang di hari kiamat. Agama Islam pada dasarnya tidak ada dosa warisan dari orang tua ke anaknya oleh sebab itu manusia tidak menanggung atas kesalahan dari manusia lainnya walaupun itu adalah orang tua atau anaknya.

Tanggung jawab penganut agama Islam secara pribadi didasarkan pada jangkauan kebebasan secara luas, yang diawali pada kebebasan dalam menentukan keyakinan dan akhirnya pada pengambilan keputusan sendiri. Sudut pandang agama Islam menjelaskan bahwa pribadi masing-masing yang utama dan bukan kelompok atau komunitas, masyarakat

maupun bangsa. Tidak ada satupun komunitas atau kelompok yang memiliki pertanggungjawaban kelak di hadapan Allah SWT, setiap individu atau pribadi lah yang bertanggung jawab di hadapan Allah SWT sebagai individu masing-masing. Disinilah ukuran kebenaran dari sebuah sistem sosial yang ideal yakni patokan yang membantu para individu di masyarakatnya untuk mengembangkan kompetensi dan meningkatkan keahlian mereka secara baik.

Tanggung jawab masing-masing pada prinsipnya akan mengubah hitungan ekonomi dan perniagaan disebabkan karena semuanya mengacu kepada keadilan bisnis, karena segala sesuatunya harus mengacu kepada nilai keadilan, didalam implementasinya terbagi menjadi tiga yaitu ; *pertama* dalam menghitung keuntungan margin, keuntungan nilai bayaran pegawai perlu dikaitkan dengan upah minimum regional yang secara sosial bisa diterima oleh para buruh. *Kedua*, economic return (pengembalian modal) bagi pemberi modal secara pinjaman dapat dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besar kecilnya tidak bisa dipastikan dan tidak bisa ditentukan dahulu semisal sistem bunga perbankan konvensional. *Ketiga*, agama Islam tidak membolehkan transaksi-transaksi yang dibuat dengan berimplikasi pada indikasi gharar (perjudian) dan pola ijon yang dikenal di negara kita.

e. Kebenaran (*Benevolence*).

Menurut Fafik Issa Beekun *Benevolence* bisa disamakan dengan ihsan yang berarti melakukan perbuatan baik yang bisa memberi manfaat kepada manusia lain dengan tidak adanya suatu kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut, (Badroen, 2015).

Kebajikan yaitu suatu sikap ihsan yang merupakan kelakuan manusia dalam memberikan berbagai macam keuntungan bagi manusia lain (Rinawati et al., 2021), termasuk kedalam kebajikan pada dunia bisnis yaitu sikap sukarela dan keramahmatan. Sikap sukarela antara semua pihak yang memiliki hak atas memilih transaksi dan dilarang saling terburu-buru berpisah dari satu sama lain dengan tujuan menjaga bial adanya kekurangcocokan bahkan permintaan transaksi dibatalkan.

Perilaku yang bisa mendukung pelaksanaan hal mendasar (aksioma) ihsan didalam sebuah bisnis yaitu, *pertama*, kemurahan hati dapat dikaitkan dengan keihsanan bila diimplementasikan pada perilaku kesopanan kesantunan pemaaf dan mempermudah orang lain bila sedang mengalami kesulitan. *Kedua*, motif pelayanan bermakna bahwa suatu lembaga bisnis harus mempunyai perhatian pada setiap kepentingan dan kebutuhan pihak lainnya dan *ketiga*, keyakinan pada adanya Allah berikut aturan-aturan keterkaitan dengan pelaksanaannya menjadi prioritas.

Etika Bisnis Islam Perspektif Al Ghazali

Pandangan Islam bahwa manusia adalah adalah monopluralis (Sinaulan, 2016) (manusia sebagai makhluk yang terdiri dari atas rohani dan ragawi yang diciptakan oleh Allah SWT) dan monodualis (manusia sebagai makhluk individu dan sosial), disebabkan oleh itu bisnis merupakan bagian dari kehidupan manusia tidak bersifat fisik semata akan tetapi juga bersifat non fisik. Bisnis tidak hanya untuk menggapai kesejahteraan saja melainkan juga untuk memperoleh kesejahteraan rohani. Menurut Al Ghazali (Asy'arie, 2015) "bukan hanya untuk kehidupan di dunia tetapi juga kehidupan di akhirat, itu adalah kesejahteraan yang multidimensional".

Ilmu amaliah terbagi dalam tiga bagian menurut al Ghazali. (Quasem, 1988). Pertama ilmu yang pengelolaan manusia dengan orang lain dan alam masyarakat, supaya perilaku-perilakunya bisa berakibat kebaikan baginya didunia dan diakhirat. Kedua, ilmu tentang tingkah laku manusia kepada para anggota keluarganya dengan itu manusia tahu bagaimana manusia harus hidup bersama istri, anak-anak, para nelayannya. Ketiga yaitu etika yang berkenaan dengan pencapaian manusia yang harus dicapai, sehingga manusia bisa jadi baik akhlaknya.

Implementasi dalam berbisnis sesuai perspektif Islam maka pelaku bisnis perlu mempunyai perangai yang baik sebagai pondasi dalam berbisnis sesuai dengan ajaran Islam dengan tujuan kemakmuran dunia juga keselamatan akhirat. Sesungguhnya dunia ini dibuat untuk mencari bekal untuk menuju akhirat, tetapi banyak kesibukan dunia dan bermacam-macam nafsu dunialah yang membuat orang-orang lupa pada perjalanan dan maksud mereka sehingga manusia mencukupkan cita-cita mereka pada hal duniawi saja

(Ghazali, 1989). Rincian Tokoh Al Ghazali dan prinsip etika Islam menurut Al Ghazali sebagai berikut:

a. Biografi Al Ghazali

Al Ghazali lahir pada 450 H/ 1058 M dan diberi nama yaitu Abu Hamid Muhammad bin Muhammad al Tusi al Ghazali bertempat di Thus di Kota Khurasan, sekarang dikenal dengan Masyhad sekarang. Al Ghazali beserta saudaranya Bernama Ahmad telah ditinggal meninggal oleh ayah mereka sejak berusia dini. Kota Thus dimana Al Ghazali pertama kali mendapat pendidikannya, kemudian Al Ghazali melanjutkan ke Jurjan. Setelah di Kota Thus, beliau ke Naisabur, tempat Al Ghazali menjadi murid Al Juwaini Imam Al Haramain sampai wafat gurunya di tahun 478 H / 1085 M.

Nama daerah kelahiran Al Ghazali yakni Ghazalah yang disebut awal mula nama panggilan Al Ghazali, nama panggilan tersebut diucapkan dengan Ghazali yang bermula kata dari ghazal yang berarti tukang pemintal benang dikarenakan pekerjaan ayahnya adalah sebagai pemintal benang bahan bakunya wol (Januari, 2016).

Perdana Menteri Nidzam al Mulk ditemui oleh Al Ghazali di Kota Askar setelah gurunya Imam Al Juwaini meninggal dunia. Kegemilangan Al Ghazali di Askar mulai menuai ketertarikan Perdana Menteri dengan hal tersebut maka diajaklah ke An Nizhamiyyah yang pada masa tersebut banyak orang-orang besar terlahir disana (Amalia, 2010). Selanjutnya menjadi guru besar di An Nizhamiyyah pada tahun yang sama adalah langkah selanjutnya Al Ghazali, kegiatan tersebut berlangsung selama empat tahun dan kegelisahanpun muncul dalam dirinya perihal ilmu pengetahuan yang dia pelajari dan diajarkan kepada murid-muridnya, bukan itu saja bahkan pada karya-karya yang ditulisnyapun beliau meragukan kebenarannya. Karena itulah Al Ghazali tidak bisa meneruskan mengajar di sekolahan Nizhamiyyah selanjutnya beliau mengambil keputusan untuk melepaskan jabatan guru besarnya dan melanjutkan untuk menemukan kebenaran hakiki dengan melakukan perjalanan menjadi musafir dari satu daerah ke daerah lainnya.

Perjalanan perdana yaitu menuju Kota Damaskus dan dua tahun berada ditempat tersebut kemudian melanjutkan perjalan ke Baitul Maqdis

di Palestina terus ke Mekkah al Mukarramah dan dilanjutkan mengunjungi ke makam Rosullulloh SAW. Setelah bertahun-tahun Al Ghazali melakukan perjalanan kemudian pulang ke Thus dan akhirnya wafat pada Senin, 14 Jumadil Akhir 505 H bertepatan dengan Desember 1111 M.

Al Ghazali merupakan salah satu sosok ulama yang produktif dan diperkirakan mengarang karya tulisnya sebanyak 300 buah dalam berbagai macam ilmu diantaranya tasawuf, logika, filsafat, tafsir, fiqh, politik dan ekonomi. Beberapa karyanya yang masyhur dan dijadikan rujukan pada beberapa institusi pendidikan di Indonesia (Waid, 2019), antara lain ;

Ihya 'Ulum ad Din (isinya tentang ilmu-ilmu agama).

- 1) Tahafut al Falasifah (menjelaskan pendapat para filsuf ditinjau dari perspektif agama).
- 2) Al Munqidz min adh dhalal (penjelasan capaian dari rahasia ilmu).
- 3) Al Iqtishad fi al Itiqad (mengurai tentang ilmu kalam).
- 4) Jawahir al Qur'an (menerangkan rahasia-rahasia yang terkandung dalam al Qur'an).
- 5) Mizan al 'Amal (mengulas perihal falsafah keagamaan).
- 6) Al Muqasshid al Asna fi Ma'ani Asma-illah al Husna (menjelaskan perihal makna dari nama-nama tuhan).
- 7) Al Basith (mengkaji tentang fiqh).
- 8) Al Mustasfa (mengkaji tentang ushul fiqh).

Pernyataan pertama al Ghazali mengenai etika terungkap di dalam sebuah konteks yang memberi kesan bahwa etika itu diambil dari para filsuf. Pendapat Al Ghazali secara pribadi dan positif didapatkan dari dua karya yang lain yang secara kronologis diikuti dari Mi'yar Al 'Im dan Mizan Al 'amal (A. Abdullah, 2020). Karya paling penting tentang etika adalah magnum opusnya, Ihya Ulum Al Din terutamanya Jilid III dan IV. Mizan al Amal dan Ihya Ulum Al Din merupakan risalah yang kedua-duanya ditulis oleh Al Ghazali yang mendiskusikan teori etikanya dengan terperinci.

b. Tujuh Prinsip Etika Bisnis Islam oleh Al Ghazali

Al Ghazali menyatakan ada tujuh prinsip etika bisnis Islam (Syarifuddin & Saputra, 2020) yaitu ; pertama, meluruskan niat. Kedua, melaksanakan fadhu kifayah, ketiga,

memperhatikan pasar akhirat. Keempat, terus berdzikir. Kelima, jangan terlalu ambisi. Keenam, menjauhkan diri dari syubhat. Ketujuh, senantiasa intropeksi.

Pertama, meluruskan niat, hal pertama-tama dalam berbisnis adalah menggunakan niat yang baik serta aqidah yang sesuai dengan syariah. Berniaga perlu diniatkan untuk menjauhkan dari meminta-minta dan melakukan kegiatan mengemis kepada orang lainnya dengan berniaga niatkan untuk mendapatkan uang halal. Berniaga dapat menjauhkan kita dari kegiatan mencari harta secara tidak halal seperti mencuri serta bisa menegakan ajaran agama dan menafkahi keluarga. Niat yang lurus tertanam dalam hati merupakan salah satu cara untuk mendapatkan ridho ilahi dan investasi yang baik untuk akhirat, bilamana berniaga dinis merugi tentu yakinilah bahwa di akhirat tetap bisa beruntung.

Kedua, menunaikan fardhu kifayah artinya dalam urusan berniaga maka niat dalam melakukan suatu kegiatan itu dalam menunaikan fardhu kifayah, oleh karena itu setiap pelaku usaha dapat melakukan perniagaan bisa menjalankan kegiatannya secara istiqomah dan benar.

Ketiga, memperhatikan pasar akhirat. Pasar dunia tidak menjadi prioritas dibanding dengan pasar akhirat, dimana masjid merupakan pasar akhirat sehingga Al Ghazali menganjurkan Ketika pelaku perniagaan melakukan aktivitas hanya semata-mata melaksanakan perintah Allah SWT. Pelaksanaannya misal saat adzan berkumandang maka segeralah untuk pergi ke masjid dan meninggalkan pekerjaan sehingga menunaikan sholat tepat waktu dan berjamaah diutamakan.

Keempat, Terus berdzikir tatkala berlokasi di pasar artinya adalah saat melakukan perniagaan para pelaku usaha menjadikan dunia adalah alat bantu dan sarana dalam mencapai hasil akhirat yang lebih baik. Oleh karena itu, mengingat Allah SWT dilakukan dimana dan kapan saja untuk dilaksanakan oleh setiap para pelaku usaha.

Kelima, jangan memiliki ambisius yang berlebihan saat berbisnis. Selebihnya Al Ghazali berpendapat bahwa pelaku usaha agar tidak rakus meraih keuntungan sebesar-besarnya. Al Ghazali memberikan contoh orang yang masuk ke pasar pertama kali kemudian pulang paling akhir dan pelaku usaha yang memaksakan diri mengarungi

lautan demi perniagaannya. Kedua hal diatas sebaiknya untuk tidak ditiru, beliau berkata: "Hendaknya jangan terlalu ambisi meraih untung besar (atau memaksakan diri). Misalnya, orang yang masuk pasar pertama dan pulang terakhir dan orang yang berniaga memaksakan diri mengarungi lautan demi perniagaannya". Al-Ghazali memberikan penyelesaian terbaik yaitu menggunakan solusi terbaik dengan memanfaatkan waktu dalam berniaga disesuaikan dengan kebutuhan dan tidak melampau kemampuan fisik dirinya.

Keenam, Kegiatan berbisnis sesuai syariat dapat menjauhkan segala kegiatan usaha yang meragukan (*syubhat*). Sebaiknya ada batasan dalam aktivitas berniaga tidak hanya sebatas produk yang diharamkan, tetapi pada produk yang diragukan hukum halal haramnya pada kegiatan transaksi jual beli.

Ketujuh, selalu melakukan intropeksi diri dalam perniagaan. Sudah selayaknya para pelaku usaha selalu melakukan perbaikan interaksinya dengan para pelanggan dan melakukan perbaikan komunikasi antara pelaku usaha dengan pelanggannya. Al Ghazali berpendapat bahwa pelaku usaha untuk berbuat 'adl (keadilan), ihsan (kebaikan) dan syafaqah (Keprihatinan dan kepedulian) dalam melakukan perniagaan.

Al Ghazali berpendapat bahwa pasar harus beroperasi bebas dari semua bentuk penipuan (Siregar, 2020). Perilaku para pebisnis harus mendatangkan kebajikan yaitu memberikan tambahan disamping keuntungan yang bersifat materi untuk orang lain dalam melakukan kegiatan bertransaksi. Tambahan ini tidak bersifat suatu kewajiban, tetapi suatu kebajikan. Al Ghazali kemudian memaparkan suatu tuntunan mengenai pengalaman kebajikan di suatu pasar, yaitu ;

- 1) Penentuan harga yang mengakibatkan diperolehnya keuntungan yang berlebihan oleh penjual, hal tersebut tidak diperbolehkan.
- 2) Perlu adanya toleran saat tawar menawar antara pembeli dan penjual, seorang pembeli harus lembut dan alot saat melakukan bertansaksi dengan penjual kaya.
- 3) Ketika mencoba melakukan pembatalan transaksi atau menagih pembayaran utang, seseorang harus lembut dan fleksibel untuk memahami keadaan pihak lain.

- 4) Ketika seseorang berhutang kepada orang lain, maka orang tersebut harus secepatnya dalam pembayaran untuk menjaga kenyamanan bagi pihak lain.
- 5) Apabila seseorang maupun kelompok orang mau membatalkan transaksi atau pesanan maka pihak lainnya perlu membuka ruang untuk mengakomodir permintaan tersebut.
- 6) Seseorang harus bersedia untuk menjual kepada orang miskin yang tidak memiliki sarana dan harus memberikan kredit kepada mereka tanpa adanya pelunasan dikemudian hari.

Menurut Al Ghazali prinsip-prinsip seperti diatas adalah pencerminan pandangan moral etika umum untuk komunitas bisnis yang harus di ikuti dan keenam poin diatas masih sangat relevan diimplementasikan di era kontemporer, karena pada dasarnya etika itu mayoritas lintas era dan zaman selama masih dalam kerangka nilai dari Al Qur'an dan Al Hadits.

Dalam (Wibowo, 2017), Pandangan Al Ghazali bahwa pasar harus berfungsi berdasarkan etika dan moral para pebisnisnya. Al Ghazali memperingatkan mengenai larangan menimbun barang-barang kebutuhan dasar dan makanan lainnya untuk alasan pengambailan keuntungan semata. Penimbunan barang itu merupakan kegiatan yang tidak adil apalagi diwaktu terjadinya kelangkaan dan para pelakunya harus dihukum. Al Ghazali berpendapat bahwa promosi yang tidak sesuai atau palsu menjadi suatu kejahatan yang harus dihentikan. Selanjutnya Al Ghazali mengingatkan bahwa pengaburan informasi mengenai berat barang, jumlah maupun harga penjualan untuk tidak dilakukan oleh para pelaku bisnis. Pemberian informasi yang tidak tepat tersebut itu dilarang karena termasuk pada kategori penipuan (Afida & Zamzami, 2020). Promosi-promosi yang wajar tidak berlebihan maka bisa diterima. Al Ghazali mengingatkan bahwa didalam bisnis beliau sangat menekankan nilai kebenaran dan kejujuran. Oleh sebab itu, Al Ghazali menolak secara keras mengenai kegiatan pemalsuan, pembohongan mengenai mutu barang dan cara pemasarannya serta pasar yang dikendalikan dengan konspirasi perjanjian rahasia dan pengaturan harga yang merugikan konsumen.

Praktik-praktik pemalsuan yang disoroti di era kontemporer dikenal dengan adanya Hak

Atas Kekayaan Intelektual sebagai fondasi proteksi penemuan-penemuan ilmiah dimana property (hak milik) berkembang dari kepemilikan benda tangible meluas ke intangible. Sebut saja pemalsuan merk, pemalsuan barang dengan kualitas yang lebih rendah, software bajakan, produksi obat-obatan dengan komposisi yang di patenkan menjadi keseharian yang kita temukan di produk-produk dan jasa yang kita gunakan.

Pemalsuan menjadi dilematis bila produk yang diperlukan sangat penting untuk umat manusia seperti komposisi obat-obatan hasil penemuan baru. Disatu sisi memang perusahaan atau personal meneliti membutuhkan waktu dan uang, agar hasil penelitiannya bisa mengembalikan modal maka diajukan Hak Paten dan kemudian memberikan lisensi kepada perusahaan lain untuk memproduksinya dan perusahaan pemilik Paten mendapatkan tarif royalti. Tarif royalti menjadikan obat tersebut menjadi lebih mahal bagi konsumen. Tentunya tidak menjadi masalah bila banyak jenis obat pilihan di pasar akan tetapi menjadi krusial dari sisi etika bisnis bila hanya sedikit ada dipasaran. Seperti contoh vaksin covid-19 yang dikuasai hanya beberapa perusahaan farmasi di dunia. Penentuan harga bukan hanya masalah ekonomi tetapi juga etika,

Salah satu solusi penyelesaian hal seperti diatas bisa mencontoh cerita sahabat Rosululloh SAW yaitu Utsman bin Affan membeli hak penggunaan sumur milik orang yahudi maka bisa saja negara hadir dengan membeli Hak Paten salah satu Vaksin tersebut dan memproduksi sendiri di dalam negeri hal tersebut bisa mengurangi harga konsumen sebagaimana pemerintah membeli hak paten penulis buku pelajaran sekolah sehingga produksi buku pelajaran menjadi murah bagi pelajar-pelajar yang menggunakannya.

Pengendalian pasar sebagaimana yang diungkapkan oleh Al Ghazali di era kontemporer ini dapat berupa beberapa perusahaan menguasai industri hulu sampai hilir yang mengendalikan pangsa pasar melakukan kesepakatan harga sehingga yang menentukan harga adalah mereka bisa di dunia peternakan ayam, Perusahaan menentukan harga DOC sampai harga pakan layernya. Kondisi seperti itu bisa merugikan

peternak dengan cara menaikkan harga DOC dan pakannya disisi lain perusahaan juga mengatur jumlah produksi DOC dan pakan ayam. Pola mencari keuntungan sebesar-besarnya jelas terlihat yang berakibat para peternak kecil ditekan keuntungannya dan sisi konsumen dinaikan harga produk peternakannya bisa berupa ayam dan telurnya. Penguasaan industri dari hulu sampai hilir sangat rentan adanya praktek manipulasi harga yang akhirnya etika bisnis yang baik akan terabaikan. Menurut Al Ghazali, negara hadir dengan cara mengatur regulasi pengawasan persaingan usaha agar dapat diimplementasikan, artinya pemerintah ikut hadir dalam mengendalikan pasar.

4. KESIMPULAN

Perspektif etika bisnis Islam beserta perilaku pasar menurut pemikiran Al Ghazali adalah membetulkan niat, mengerjakan *fardhu kifayah*, memperhatikan pasar akhirat, berzikir bila berada di pasar, kadar keambisian dalam bisnis terutama mendapatkan keuntungan semata sebanyak-banyaknya dikurangi, berupaya untuk menjauh dari hal-hal yang *syubhat* serta selalu berinstropeksi diri dalam berperilaku berbisnis. Al Ghazali berpendapat bahwa pemerintah atau negara diberikan kewajiban untuk dapat mengendalikan pasar apabila pasar dianggap terjadi penyimpangan yang berakibat merugikan masyarakat atau terjadi volatilitas harga produk terutama yang menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat. Etika bisnis Islam adalah jawaban yang utama dan rujukan bagi pebisnis muslim dalam melakukan kegiatan usaha baik muslim dengan muslim maupun dengan luar muslim, dengan melaksanakan ketentuan-ketentuan umum paradigma berperspektif Islam, tujuh prinsip etika bisnis Islam dan menjabarkan panduan menyangkut pengalaman kebajikan di pasar versi Al Ghazali maka para pebisnis muslim mendekati bahkan melakukan kegiatan perniagaannya disesuaikan dengan ajaran Al Qur'an dan As Sunnah atau Al Hadits.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penelitian ini seluruh penulis ucapkan terimakasih atas kontribusi dari rekan-rekan mahasiswa Hukum Islam dan Ekonomi Islam yang telah memberikan masukan secara positif dan konstruktif.

6. REFERENSI

- Abdullah, A. (2020). *Filsafat Etika Islam : antara al Ghazali dan Kant*. IRCiSoD.
- Abdullah, M. (2015). *Berwirausaha menurut Rosululloh SAW*. Aswaja Pressindo.
- Afida, A., & Zamzami, M. T. (2020). Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga. *J-HES: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 04(2), 96–111.
- Amalia, E. (2010). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Gramata Publishing.
- Anisa, C., & Rahmatullah, R. (2020). Visi Dan Misi Menurut Fred R. David Perspektif Pendidikan Islam. *Journal EVALUASI*, 4(1). <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.356>
- Ariyadi. (2018). Business in Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1), 13–26.
- Asy'arie, M. (2015). *Filsafat Ekonomi Islam*. Lembaga Studi Filsafat Islam.
- Badroen, F. (2015). *Etika Bisnis dalam Islam* (4th ed.). Prenadamedia Grup.
- Desiana, R., & Afrianty, N. (2017). Landasan Etika Dalam Ekonomi Islam. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1).
- Dimiyati, A. (2021). Konsep Rasionalitas Islami dan Implikasinya terhadap Pengembangan Studi Ekonomi Islam. *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, 10(2). <https://doi.org/10.35878/islamicreview.v10i2.307>
- Fahrudin, A. (2021). HUKUM PENCATATAN HUTANG PIUTANG DALAM PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH (Studi Pandangan Imam Fakhrurrazi). *At Tawazun*, 9(1).
- Fakhry, M. (1996). *Etika Dalam Islam*. Pustaka Pelajar dan Pusat Studi islam Uiversitas Muhammadiyah Surakarta.
- Faurani, L. (2019). *Etika Bisnis dalam AL-Qur'an*. LKiS Printing Cemerlang.
- Ghazali, al. (1989). *Etika Muslim : Ihya Ulumiddin seri VII*. Pustaka Amani.
- Hakim, L., & Syaputra, A. D. (2020). Al-Qur'an dan Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3). <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1310>
- Hasanah, R. P., Kadenun, K., & Nafi'ah, N. (2021). Etika Bisnis Islam dalam Khayar Jual Beli dengan Sistem Cash on Delivery di Ponorogo. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(1). <https://doi.org/10.37680/ijief.v1i1.877>
- Hijriah, H. Y. (2016). Spiritualitas Islam dalam Kewirausahaan. *TSAQAFAH*, 12(1). <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v12i1.374>

- Hulaimi, A., Sahri, & Huzaini, M. (2017). Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1).
- Isima, N., & Subeitan, S. M. (2021). WANPRESTASI DALAM KONTRAK BISNIS SYARIAH SERTA PENYELESAIAN SENGKETANYA. *Al-'Aqdu: Journal of Islamic Economics Law*, 1(2). <https://doi.org/10.30984/ajiel.v1i2.1809>
- Januari, Y. (2016). Pemikiran Ekonomi Islam: Dari Masa Rasulullah hingga Masa Kontemporer. In *Islamic Banking*. Remaja Rosdakarya.
- Lestari, D. M. (2020). Kontribusi Pemikiran Etika Bisnis Alghazali Pada Industri Perbankan Syariah Di Indonesia. *Ijtihad : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 14(1), 21. <https://doi.org/10.21111/ijtihad.v14i1.4502>
- Mawardi, A. (2018). Etika Bisnis Dalam Perspektif Pemikiran Al Ghazali. *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah Etika*, 10(2).
- Muhayatsyah, A. (2020). ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSPEKTIF PEMIKIRAN AL-GHAZALI. *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(2). <https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v2i2.961>
- Muslim, H. (2020). Pemikiran Ibnu Qayyim Al-Jauziyah (W 751 H/1350 M) Tentang Perubahan Fatwa Dan Relevansinya Dengan Penerapan Hukum Islam Di Indonesia. *Al-Mashlahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial Islam*, 8(2).
- Nasrudin, A. (2019). *Tangan Tak Terlihat: Konsep dan Kritik*. <https://Cerdasco.Com/Tangan-Tak-Terlihat/>.
- Nugroho, A. A. (2001). *Dari Etika Bisnis ke Etika Ekobisnis*. Grasindo Gamedia Widiasarana Indonesia.
- Nurdin, F. (2021). Moderasi Beragama menurut Al-Qur'an dan Hadist. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah*, 18(1). <https://doi.org/10.22373/jim.v18i1.10525>
- Quasem, M. A. (1988). *Etika Al Ghazali ; Etika Majemuk di dalam Islam*. Pustaka.
- Rachmawati, E. (2022). Hukum Bisnis Dan Etika Bisnis. *DE JURE Critical Laws Journal*, 3(1).
- Rinawati, I., Anas, M. Y. A., & Manan, Y. M. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Manajemen Pemasaran. *AL IQTISHADIIYAH JURNAL EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH*, 7(2). <https://doi.org/10.31602/iqt.v7i2.5706>
- Sinaulan, R. L. (2016). Pemikiran Hukum Islam dan Epistemologi Teologi Pluralistik. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 11(1). <https://doi.org/10.15642/islamica.2016.11.1.188-211>
- Siregar, E. Y. (2020). ANALISIS MEKANISME PASAR (MENURUT PERSPEKTIF ISLAM DI KABUPATEN MANDAILING NATAL). *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE*, 1(1). <https://doi.org/10.24014/ibf.v1i1.9486>
- Syarifuddin, S., & Saputra, M. I. (2020). Al-Ghazali dan Perilaku Pasar: Perpesktif Etika Bisnis dalam Kitab Ihya Ulum ad-Din. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3). <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1312>
- Thaliya, A., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS, KONSEP PRODUKSI, EFESIENSI PENGOLAHAN PADA UMKM TERHADAP SISTEM SOSIAL EKONOMI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *IQTISHADUNA*, 12(1). <https://doi.org/10.20414/iqtishaduna.v12i1.3288>
- Ummah, D. D., & Almalachim, A. C. (2019). Perilaku Etika Bisnis Pedagang Sayur Di Pasar Tradisional Manggis Tanggul Perspektif Abu Hamid Muhammad Al-Ghazali. *Fenomena*, 18(2). <https://doi.org/10.35719/fenomena.v18i2.26>
- Waid, A. (2019). *Nasihat Nasihat imam al Ghazali, Ibnu Arabi, Jalaludin Rumi dan Ibnu Atha'illah*. Noktah.
- Wibowo, S. (2017). *Ekonomi Mikro Islam* (2nd ed.). Pustaka Setia.
- Widaningsih, R. S. (2020). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam dan Pencapaian Visi Misi Jawa Barat. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(1). <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i1.407>
- Wikipedia. (2022). *wikipedia indonesia*. <https://Id.Wikipedia.Org/Wiki/Laissez-Faire>.
- Zamzam, F. (2020). *Etika Bisnis Islam ; Seni Berbisnis Keberkahan*. Deepublish.