

**Karakteristik dan Landasan Hukum Pasar:
Analisis Efistimologis dan Metodologis Hukum Ekonomi Syariah**

Royani¹, Mohamad Anton Athoillah²

^{1,2}UIN Sunan Gunung Djati Bandung

arroyanking@gmail.com¹, anton_athoillah@uinsgd.ac.id²

ABSTRACT

This study intends to explore and examine the concept of the market from the perspective of Islamic teachings, both epistemologically and methodologically which have been practiced in the past. The method used in this research is descriptive analysis with a qualitative research type with a literature study approach. The results of this study prove that Islamic teachings have applied the market concept which includes foundations and characteristics as parameters and references in market governance, price setting, which avoid usury, gharar, maisir. The existence of the market has an important position in human life and life in general, so that Islamic doctrine provides a constructive and complementary basic reference as an effort to clean up the process of transferring property rights and goods from just, civilized and prosperous social relations.

Keywords: *characteristics, foundation, market, sharia economic law.*

ABSTRAK

Kajian ini bermaksud untuk menelusuri dan telaah konsep pasar dari persepektif ajaran Islam, baik secara epistemologis dan metodologis yang telah dipraktikkan pada masa lalu. Metode yang digunakan dalam research ini adalah analisis deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Hasil kajian ini membuktikan bahwa ajaran Islam telah mengaplikasikan konsep pasar yang meliputi landasan dan karakteristik sebagai parameter dan acuan dalam tata kelola pasar, penentuan harga, yang terhindar dari riba, gharar, maisir. Eksistensi pasar mempunyai posisi penting dalam hidup dan kehidupan manusia pada umumnya, sehingga doktrin Islam memberikan acuan dasar yang konstruktif dan komplementer sebagai upaya pembersihan proses perpindahan hak milik dan barang dari hubungan masyarakat yang adil, beradab, dan sejahtera.

Kata kunci: *karakteristik, landasan, pasar, hukum ekonomi syariah.*

PENDAHULUAN

Perdagangan pada prinsipnya akan membentuk sebuah ekosistem kehidupan yang mempertemukan setiap individu untuk saling mengisi dan bertukar barang. Keseninambungan ini, pada akhirnya membentuk sebuah wadah tempat dimana manusia dapat melakukan pertukaran barang yang dapat kita sebut dengan istilah pasar. Pertumbuhan pasar belakangan ini, mengalami peningkatan yang sangat pesat. Hal ini didukung oleh pesatnya perkembangan teknologi yang merubah sebahagian besar gaya hidup manusia. Pelaku pasar dituntut untuk mengikuti fenomena zaman dan gaya hidup masyarakat, hingga terciptanya suatu pasar virtual atau digital, dan sering disebut dengan pasar *online*. Namun, perkembangan yang dinamis ini tentu memunculkan

permasalahan baru, seperti: moral hazard, penipuan, penyelewangan komitmen, dan lain-lain.

Eksistensi pasar-pasar modern telah mengancam pasar tradisional dalam segmen tertentu. Terlebih, munculnya aneka pasar modern dalam bentuk retail, seperti *mart* yang hadir di setiap kota, bahkan desa. Kehadiran pasar modern ini tentunya meringankan aksesibilitas masyarakat dalam memenuhi segala kebutuhan hidup, ditopang dengan fasilitas yang prima, pembayaran yang akuntabel, tentunya semakin memanjakan para konsumen dalam memilih pasar modern sebagai pilihan utama dalam melakukan jual beli. Namun, pada sisi lain pedagang retail tradisional mengalami penurunan transaksi dengan hadirnya pasar retail modern sekarang.

Mayoritas pedagang tradisional menyadari atas kelemahan dan sikap para konsumen lebih memilih pasar modern. Akan tetapi, keterbatasan dana dan *maintanance* yang cukup besar, memupuskan harapan untuk berubah. Disamping itu, rendahnya pengetahuan, aksesibilitas barang, dan lain-lain, membuat segalanya menjadi lebih sulit. Fenomena ini tentu harus menjadi perhatian bagi pemerintah untuk menata pasar dan membuat regulasi yang mengikat demi terciptanya keseimbangan pasar.

Diyakini bahwa perkembangan zaman selalu memberi nuansa baru bagi setiap orang dalam lingkup kehidupan. Setiap individu dituntut untuk selalu dapat menyesuaikan perubahan yang dinamis. Dalam hal ini, Agama Islam telah memberikan rambu-rambu yang lengkap dan komprehensif melalui mukjizat berupa Al-Quran yang dijelaskan dengan sunnah Rasulullah Saw. Kedua pedoman ini telah menjadi *guidance* bagi umat manusia, terkhusus umat Islam. Ajaran Islam memberikan keluasaan dalam bermuamalah dengan kaidah "*al-Aṣlu fi-l-mu'āmalah al-ibāḥah illa ma yadulla dalil 'ala khilāfiha*" yang artinya bahwa pada dasarnya dalam muamalah itu boleh kecuali ada sesuatu yang bertentangan di dalamnya.

Rujukan referensi mengenai pasar dalam Islam tidak begitu banyak ditemukan dalam jurnal maupun artikel. Tulisan ini akan mendalami karakteristik pasar dalam ekonomi Islam sebagaimana yang telah disinggung di dalam Alquran dan telah dipraktikkan pada masa awal diutusny Nabi Muhammad SAW.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam research ini yaitu analisis deskriptif, dengan jenis penelitian kualitatif melalui studi pustaka. Pendekatan penelitian library research, merupakan cara penelitian ilmiah yang memfokuskan telaahan pada studi kepustakaan untuk mendapatkan data penelitian yang shahih (Asmak UI Hosnah, 2021: 43). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan fenomenologis dan historis yang dijelaskan secara kualitatif deskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui studi pustaka dari berbagai macam literasi yang berkaitan langsung maupun tidak langsung mengenai pasar dalam Islam (Mustika Zed, 2004: 3).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Teori Mengenai Pasar

Konsep pasar telah banyak dikemukakan oleh para ahli ekonom dunia, Stanton mendefinisikan bahwa pasar adalah sekumpulan orang-orang yang bertujuan terhadap kepuasan, sejumlah uang untuk belanja, dan keinginan untuk membelanjakan (William J. Stanton, 1984: 306 -307). Pasar berarti suatu tempat orang berjual-beli yang bermakna kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual yang hendak menukar barang atau jasa dengan uang, dan pembeli yang hendak menukar uang dengan barang atau jasa (Abdul Kadir, 2010: 73). Dalam pengertian lain, pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia (Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), 2014: 57) Menurut Handri Ma'aruf mengatakan bahwa "pasar" memiliki tiga pengertian yang harus dipenuhi yaitu: ada tempat, maksudnya tempat bertemu antara penjual dan pembeli. Juga terdapatnya interaksi, yaitu adanya permintaan dan penawaran yang dilakukan penjual dan pembeli, serta yang ketiga adalah transaksi dalam sebuah pasar ada proses jual beli antara penjual dan pembeli. Ilmu ekonomi mendefinisikan pengertian pasar mencakup arti yang lebih luas, dari pada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli barang. Pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. "Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, serta seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa." (Rita Hanafie, 2010: 176).

Pasar dalam bahasa Arab disebut dengan "sūq" yang berarti sarana bertemunya antara penjual dan pembeli, dimana hasil pertemuan tersebut menghasilkan kesepakatan antara keduanya, baik dari sisi harga dan jumlah barang dalam suatu transaksi (Muhammad Soekarni Jusmaliani, 2005: 45).

Ibnu Hajar mendefinisikan pasar merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli (*tabayū'*) antara penjual dan pembeli (Ibnu Hajar al-Asqalani, *Fathul Bari bi Syarhi Shahih Bukhari, juz 40* (Qahira: Maktabah al-Shafa, 2003: 413). Allah Swt berfirman dalam al-Furqan ayat 20:

أَوْ يَلْقَىٰ إِلَيْهِ كَنزًا أَوْ تَكُونُ لَهُ جَنَّةٌ يَأْكُلُ مِنْهَا وَقَالَ الظَّالِمُونَ إِن تَبِعُونَ إِلَّا رَجُلًا مَّسْحُورًا

"...melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar."

Imam Qurtubi dalam tafsir *al-Jami' fi Ahkāmī-l-Qur'an* menegaskan makna dari ayat di atas adalah para Nabi juga melakukan perdagangan jual beli untuk menopang hidup di dunia. (Abu 'Abdullah Muhammad ibn Ahmad ibn Abu Bakar al-Ansari al-Qurthubi, *Al-Jami' li Ahkāmī-l-Qur'an* (Qahira: Mathba'ah Darul Kutub, 1964: 12-13). Wahbah Zuhaili menerangkan turunnya ayat di atas bermula ketika kaum kafir Quraisy mencibir dan merendahkan Nabi Muhammad Saw dengan kerasulannya. Mereka menyindir dengan sifat *basyariah* Nabi, mengoloknya dengan mengatakan "kenapa Rasul yang diutus juga memiliki perilaku yang sama seperti kami? Memakan makanan untuk

menghidupi kebutuhannya, berjalan menyusuri pasar demi menjalani kehidupan sebagaimana kami." Padahal setiap Rasul yang diutus berasal dari kaum umat yang akan diberikan dakwah Islam. Sehingga, ayat ini diturunkan untuk menguatkan Nabi Muhammad Saw yang sedih atas nada merendahkan tersebut (Wahbah Zuhaili, 2003: 41).

Nilai yang dapat diambil dari ayat ini adalah kedudukan pasar dalam hukum Islam adalah halal selama tidak bertentangan dengan sesuatu yang diharamkan. Menurut Yusuf Kamal dalam *Fiqh Iqtishad* mendefinisikan pasar merupakan tempat bertemunya sejumlah penjual dan pembeli untuk melakukan pertukaran suatu barang/jasa. Ia juga merumuskan bahwa pasar merupakan *wasilah* atau perantara dalam menyempurnakan perpindahan kepemilikan barang antara penjual dan pembeli, dengan harga yang telah disepakati, keadaan kondisi barang, dan permintaan (Yusuf Kamal Muhammad, 1998: 3). Pemikiran tokoh Islam terkemuka juga telah banyak menyinggung mengenai konsep pasar, yaitu Imam al-Ghazali. Pandangannya di dalam karya terbesarnya "*Ihya Ulumuddin*," beliau memberikan pandangannya terhadap proses evolusi pasar, yang mengungkapkan awal proses manusia membutuhkan satu dan lainnya, perbedaan skil individu, keterbatasan waktu, yang pada akhirnya secara alamiah akan membentuk pertemuan pihak yang membutuhkan dengan pihak yang berkelebihan, sehingga secara berangsur terbentuk sebuah wadah yang disebut pasar (Abu Hamid Muhammad ibn Muhammad al-Ghazali, 1992: 230).

Secara umum, pasar merupakan suatu wadah sekaligus perantara yang mempertemukan antara penjual dan pembeli terhadap suatu barang yang bernilai, dengan harga tertentu, dan kesepakatan yang telah diridhai oleh pihak yang bertransaksi dengan penuh kejujuran dan keterbukaan, sehingga tidak ada yang disembunyikan meskipun itu adalah kebaikan. Maka tunjukanlah, perhatikan ke permukaan sesuatu yang perlu dan seharusnya ditampilkan, melalui metode pengawasan diri sendiri (muraqabah djatiyah) (Jaribah Bin Ahmad Al-Haritsi, 2003: 578). Pasar menjadi elemen penting dalam kehidupan manusia, sebagai instrumen pengenalan produk, barang, dan jasa. Pasar juga berperan dalam meningkatkan dan mengembangkan roda perekonomian masyarakat, memberi peluang bagi mereka yang ingin bekerja dan berproduksi, peluang bagi mereka yang memiliki kreatifitas, skill, kerajinan tangan, karya, yang memiliki nilai tertentu. Pasar juga sebagai media bagi konsumen yang membutuhkan keperluan hidupnya, memenuhi hajat, dan mencukupi segala kebutuhan hidup.

2. Sejarah Pasar Madinah

Konsep mengenai pasar dalam Islam dimulai sejak zaman Nabi Muhammad Saw. Literasi yang dapat diperoleh saat Nabi telah hijrah ke Yasrib, atau dikenal dengan Kota Madinah saat ini. Namun, jika merujuk dalam *Sirah Nabawiyah*, kita mengenal Nabi Muhammad merupakan orang yang sangat bersahabat dengan pasar. Sejak beliau

diasuh oleh pamannya Abu Thalib, diketahui bahwa kondisi ekonomi pamannya tidaklah sebagaimana orang yang berada dan mapan. Sehingga, Nabi Muhammad yang masih kecil pada saat itu, sering diajak untuk beternak dan berdagang ke pasar Negeri Syam.

Awal mula hijrah ke Madinah merupakan puncak intimidasi yang dilakukan oleh kaum kafir Quraisy yang melakukan penolakan dakwah Islam. Penyiksaan, teror, hingga beberapa sahabat juga pernah hijrah ke negeri Habsyah. Sampai Nabi Muhammad Saw bermimpi dalam tidurnya, dalam sebuah riwayat (Shahih Muslim) disebutkan:

Dari Abu Burdah kakeknya dari Abu Musa dari Nabi Saw bersabda: "Aku melihat dalam tidurku, berhijrah dari Makkah ke suatu tanah yang memiliki pohon kurma, lalu aku mengira daerah tersebut adalah Yamamah atau Hajar, namun ternyata daerah tersebut adalah Yasrib (Madinah)."

Penjelasan Nabi Muhammad Saw telah membangkitkan semangat pengikutnya untuk segera berhijrah ke Yasrib. Namun, sikap kaum kafir Quraisy tidak berubah, mereka justru mengecam dan meneror para pengikut Nabi Saw.

Terdapat value moral yang mulia dalam kisah hijrah ini, yang dapat dilihat dari pengorbanan besar muncul dari kekuatan iman dalam mempertahankan akidah. Kaum muslimin meninggalkan aset dan properti yang telah lama mereka usahakan. Kesemuanya ditinggalkan demi mempertahankan Islam. Dalam pandangan umum, properti dan nilai historis tanah kelahiran adalah ujian berat bagi setiap individu. Secara naluri, tentunya memiliki kecintaan terhadap harta, namun kekuatan iman mampu mengalahkan naluri duniawi, mereka menjual dunianya demi akhirat.

Kota Yasrib yang dikenal pada saat itu memiliki potensi perkebunan yang subur, juga memiliki pasar dan para pedagang yang melakukan aktifitas ekonomi. Yasrib menjadi jalur perjalanan kafilah dagang dari negeri seberang. Sehingga, pasar Yasrib menjual banyak barang-barang. Namun, sesampainya Nabi Muhammad Saw di Yasrib, beliau justru meletakkan pondasi bangunan berupa Mesjid sebagai tempat ibadah, juga tempat madrasah bagi pengikutnya untuk menyampaikan ajaran Islam secara utuh. Ada 4 aspek prioritas yang ditekankan dalam membentuk umat pada saat itu, yaitu: Akidah, ibadah, Ukhuwwah, mahabbah ilallah.

Rumah ibadah suci atau Mesjid akan senantiasa menjadi *epicentrum* ekspansi ajaran Islam. Rasulullah Saw menyadari kedudukan Iman memiliki peran penting dalam membentuk peradaban yang maju. Keempat aspek di atas menjadi prioritas utama pasca pendirian mesjid di Yasrib atau Madinah. Yasrib yang bertransformasi menjadi Madinah, menjadi awal kebangkitan Islam. Empat aspek yang ditanamkan kepada seluruh penduduk Madinah, baik Muhajirin dan Anshar, menjadi pijakan yang mengarahkan umat muslim dalam menegakkan syariat Allah SWT, strategi Rasulullah Saw berhasil memberi perisai kepada masyarakat Madinah dalam menghadapi pasar yang ada di Madinah. Sebagaimana yang diketahui, bahwa kondisi pasar yang berkembang pada saat itu dikuasai oleh kaum Yahudi. Mereka menguasai pasar di

sekitar Madinah sebelum Islam. Mereka terbiasa melakukan praktik curang dan riba. Tidak heran jika Yahudi di Madinah pada saat itu saudagar kaya, memiliki pengalaman panjang dalam seni berdagang, dan praktik manipulasi jual beli. Menyadari kondisi tersebut, Rasulullah Saw membentuk pasar umat Islam yang di dalamnya tunduk dan patuh pada syariat Islam.

Pembangunan pasar Madinah menjadi kompetitor bagi kaum Yahudi. Pembentukan ini dimaksudkan untuk menjaga harta umat Islam dari segala bentuk kecurangan, kezhaliman, perilaku hazard, dan riba. Selain itu, untuk benar-benar menjalankan syariat Islam secara utuh dan berkelanjutan membentuk karakter umat yang shalih terbebas dari segala bentuk praktik yang dimurkai Allah Swt. Beberapa riwayat menyebutkan bahwa pasar yang ada di Madinah sebelum hijrah, disebut dengan pasar "Bani Qainuqa'" merupakan pasar yang didominasi oleh kaum Yahudi di Madinah, mewajibkan di dalamnya penagihan pajak/upeti, praktik *tadlis*, *gharar*, kemungkaran, dan penimbunan. Selain itu, siapapun yang melakukan bisnis diterapkan pembayaran pajak (Hisam Abdullah, 2003: 45). Kenyataan tersebut tentu saja bertentangan dengan kaidah dan poin-poin muamalah dalam Islam, dengan demikian adalah suatu keniscayaan jika nabi Saw., mendirikan pasar baru untuk umat Islam.

Media atau alat tukar yang digunakan pada masa Rasulullah SAW masih menggunakan dinar emas Bizantium dan dirham perak Persia (Yasser Ahmad Noor, 2015: 645-662). Kedua mata uang ini pada awalnya dibawa oleh bangsa Romawi dan Persia yang telah sering melakukan perdagangan dengan bangsa Arab. Jika kita melihat dari segi bahasa, kata dinar berasal bahasa latin, yaitu "*denarius*" yang berarti "terdiri dari sepuluh" bermakna senilai 10 ases. Adapun dirham berasal dari bahasa Yunani, yang berbentuk kata kerja "*δραχμή*" (*drachma*). *Drachma* sendiri merupakan bentuk kata kerja "*δράττω*" (*dráttō*, "menggenggam"). Pada masa itu satu *drachma* memiliki nilai segenggam yang terdiri pada enam potongan logam, yang digunakan sebagai alat pembayaran sekitar 1100 SM. Pada kenyataannya, kedua jenis mata uang ini banyak digunakan oleh bangsa Arab pada masa klasik sebagai alat transaksi yang sah dalam perniagaan (Wikipedia, "Denarius," [wikipedia.org](https://en.wikipedia.org/wiki/Denarius), diakses pada 24 Maret, 2023. <https://en.wikipedia.org/wiki/Denarius>).

Al-Maqrizi dalam Susanti menyebutkan bahwa pada saat nabi Muhammad Saw memimpin umat Islam di Madinah, beliau menetapkan hukum mata uang yang berlaku sebagaimana tradisi penduduk Makkah (Ressi Susanti, 2018: 54). Beliau memerintahkan masyarakat Madinah untuk menggunakan ukuran timbangan masyarakat Makkah yang berinteraksi dagang menggunakan dirham dalam jumlah bilangan bukan dengan ukuran timbangan. Hal ini senada dalam sabdanya "*timbangan adalah timbangan penduduk Makkah, sedang takaran adalah takaran penduduk Madinah.*" Sodiq menyebutkan mata uang Persia lebih populer dibanding dinar yang berasal dari Romawi. Menurutnya, wilayah kekaisaran Persia (Iraq, Iran, Bahrain, Transoxiana) lebih banyak dikuasai oleh pemerintahan Islam jika dibandingkan dengan

wilayah kekuasaan Romawi yang meliputi Mesir, Palestina, Syam, dan negara-negara di Afrika Utara (Amirus Sodiq, 2015: 1-31). Hal ini dapat dipahami, lalu lintas perdagangan akan semakin pesat berdasarkan wilayah kekuasaan yang dimiliki. Dengan pesatnya lintas perdagangan tersebut, tentu akan meningkatkan permintaan alat tukar yang digunakan sesuai wilayah. Sodiq menambahkan pemerintahan Islam klasik, belum membuat regulasi yang berkenaan dengan impor barang, sehingga belum ada pembatasan barang impor dari seluruh wilayah (Amirus Sodiq, 2015: 35).

3. Penekanan Etika dan Moral

Pasar Madinah yang penulis kemukakan di atas merupakan hasil dari beberapa tahapan yang dilakukan oleh Rasulullah Saw dimana tahap pertama yang pertama dilakukan adalah membina karakter akhlak mulia. Etika dan moral merupakan elemen dalam pembentukan akhlak. Penekanan elemen ini menjadi prinsip yang membentuk sikap seorang pedagang dan pembeli dalam memutuskan dalam segala hal terkait dalam perniagaan.

Rasulullah Saw dengan 4 sifat utamanya (*sidiq, amanah, fathanah, dan tabligh*) memberikan pengaruh besar kepada penduduk Mekkah sekitarnya. Bahkan, sekalipun kaum kafir Quraisy Mekkah membencinya, namun untuk urusan penyimpanan harta, mereka tetap mempercayakannya kepada beliau. Konsep dengan penetapan harga melalui mekanisme pasar diakui dalam ajaran Islam. Maka, peran etika dan moral menjadi benteng dalam menentukan dalam penetapan harga yang ditawarkan.

Jika tidak ada penekanan dua elemen ini, maka setiap orang tidak memiliki batas dalam menetapkan harga dalam dagangannya. Sistem kapitalisme yang memiliki konsep bahwa setiap orang memiliki kebebasan penuh dalam berusaha dan persaingan sempurna dengan meniadakan intervensi pemerintah. Penggagas konsep kapitalisme adalah Adam Smith, yang memperkenankan setiap individu dalam komunitas masyarakat kapitalistik dimotivasi oleh kekuatan-kekuatan ekonomi sehingga setiap individu akan bertindak sedemikian rupa untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi dengan pengorbanan atau *cost* yang serendah-rendahnya (Agustiati, 2009: 155). Pilar pemahaman ini mendorong ruang bebas bagi setiap orang untuk menentukan harga. Konsep ini akan berdampak pada cara pandang orang yang mengejar keuntungan sepenuhnya tanpa memperhatikan aspek sosial. Dampak jangka panjang dari pemahaman ini membentuk nilai individualisme ekonomi pada masyarakat.

Oleh sebab itu, penekanan dua elemen penting etika dan moral menjadi pilar yang utama dalam menentukan sikap setiap individu dalam berniaga. Pilar akhlak akan membentengi sikap setiap orang dalam menyikapi setiap barang yang dimilikinya. Pilar ini yang menjadi awal pendidikan nabi Muhammad saw, sebelum membentuk pemerintahan Islam, bahkan pasar Madinah.

Moralitas dan akhlak sendiri merupakan bagian dari cabang ilmu dalam Ajaran Islam. Kita ketahui agama Islam memiliki tiga komponen dasar, yaitu: Akidah, Syariah,

dan Akhlak. Ketiga cabang ilmu itu menjadi bagian yang tidak terpisahkan antara satu dan lainnya (Adiwarman Karim, 2015: 34). Kesemuanya menjadi Instrumen yang komprehensif menyeluruh ke seluruh aspek kehidupan manusia. Islam sebagai “*way of life*” yang menuntun manusia menjalani hidup yang lurus dan diridhai Allah Swt. Di dalam konsep ekonomi Islam memiliki tiga landasan pokok utama, yaitu: landasan Akidah, landasan moral, dan landasan yuridis. Ketiga landasan ini menjadi pijakan pokok bagi setiap insan dalam menjustifikasi suatu permasalahan, terutama hal-hal yang terkait dengan Pasar. Landasan akidah merupakan dasar keyakinan seorang Muslim dalam memelihara keteguhan beragama. Landasan moral merupakan pemeliharaan etika dari seorang penjual maupun pembeli dalam melakukan transaksi. Landasan ini dapat membentengi sikap seorang penjual dalam menjajakan dagangannya, terutama dalam pententuan harga barang (Adiwarman Karim, 2015: 38). Dan yang terakhir adalah yuridis yang berarti landasan hukum yang menjadi dasar seseorang harus mematahui rambu-rambu benar atau salah dalam memilih atau melakukan sesuatu.

Pastinya kesemua landasan tersebut, bersumber dari nash, Alqurandan sunnah. Merujuk pada hadis Nabi Muhammad Saw disebutkan bahwa sesungguhnya nabi pernah bersabda bahwa beliau diutus untuk menyempurnakan akhlak manusia. Akhlak dapat diartikan sebagai perangai dan etika seseorang insan. Akhlak juga merupakan keseluruhan personaliti seseorang dalam hidupnya. Sehingga, ketika seseorang disebut dengan akhlak yang mulia, hal tersebut dapat dipahami bahwa ia telah memiliki kepribadian dan perangai yang sangat baik. Mengutip dari rancang bangun ekonomi Islam (P3EI, 2018) meletakkan kedudukan akhlak sebagai puncak tertinggi dari dasar ekonomi Islam.

Dalam hal ini Adiwarman dalam pembahasannya mengenai rancang bangun ekonomi Islam menyebutkan bahwa untuk memahami secara utuh konsep ekonomi Islam harus mengetahui gambaran menyeluruh secara singkat berkenaan dengan ekonomi Islam. Rancang bangun tersebut terdiri dari landasan, tiang, dan atap (Adiwarman Karim, 2015: 36). Penulis menginterpretasi makna dari rancangan di atas, bahwa Akhlak merupakan puncak dari kesempurnaan amalan seseorang mukmin sejati. Kesempurnaan akhlak didasari oleh 5 pondasi utama di atas, yang terdiri dari: *tauhid*, *‘adl*, *nubuwwah*, *khilafah*, dan *ma’ad*. Nilai tauhid merupakan kunci dari segala amal seseorang.

Meyakini Allah yang Maha Esa melalui dua kalimat syahadat, tanpanya seseorang belum dapat menjadi mukallaf. Implementasi nilai-nilai tauhid dalam hidup menguraikan sikap keadilan bagi seseorang. Seorang mukmin sejati, yang benar-benar meyakini kebesaran Allah Swt pasti merasakan zat Allah yang Maha Mengetahui segala yang tampak maupun yang tidak terlihat, dari yang terkecil hingga yang paling besar. Menghadirkan Allah dalam setiap amalan ini dapat disebut dengan level ihsan. Cerminan nilai tauhid tersebut meringankan seorang mukmin untuk berlaku adil dalam

segala hal, terutama dalam hal perniagaan dan kepemimpinan.

Rasa keadilan dalam perniagaan telah disinggung dalam Alquran sebanyak seribu kali, sebagai dasar kokoh untuk mencapai kemaslahatan bagi seluruh umat. Keadilan adalah bentuk kemuliaan dan kesempurnaan. Keadilan tidak berarti sama, melainkan bersifat proporsional dan seimbang. Nilai-nilai keadilan harus diinternalisasi dalam sendi kehidupan manusia, tanpanya kehidupan menjadi pincang. Penegakan keadilan adalah syarat mutlak kokohnya bangunan dalam kehidupan. Merujuk ilmu hadis, keadilan memiliki makna sifat yang terpatri dalam jiwa seseorang untuk senantiasa bertaqwa dan memelihara harga diri (Muhammad 'Aja Al-Khatib, 2007: 203). Menjauhi dosa besar, syirik, sihir, membunuh, melakukan praktik riba, memakan harta anak yatim, melarikan diri sewaktu perang, menuduh wanita shalih dengan perzinahan, menyakiti orangtua, dan lain-lain.

Proses internalisasi value keadilan diikuti dengan mengikuti perilaku kehidupan nabi, yang disebut dengan *nubuwwah*. Konsep ini merujuk kepada Sunnah nabawiyah. Tentunya, hal yang dapat diikuti adalah diluar dari hak-hak istimewa yang dimiliki oleh Nabi Muhammad Saw. Pilar *nubuwwat* diikuti dengan pengendalian dalam memimpin, mengatur, dan membuat aturan atau *Legacy* yang disebut dengan pilar khilafah. Definisi khilafah yang dimaksud adalah kepemimpinan yang berdasarkan nilai tauhid, keadilan, dan pengejawantahan Sunnah nabawiyah.

Pondasi selanjutnya yaitu *Ma'ad*, Adiwarman menjelaskan bahwa *Ma'ad* merupakan hasil, dalam Islam hasil (laba) yang diperoleh di dunia juga menjadi laba di akhirat (Adiwarman Karim, 2015: 39). *Ma'ad* merupakan istilah dalam bahasa Arab, yang terambil dari kata *'ada-ya'udu* artinya kembali. Kata *Ma'ad* merupakan tempat kembali (Ibn Mandzur, Lisan al Arab). Ibnu Faris dalam Misbahuddin, kata *al-ma'ad* bermakna "tempat kembalinya segala sesuatu dan akhirat merupakan akhir manusia kembali. *Ma'ad* juga dapat diartikan sebagai kebangkitan setelah kematian atau dalam istilah lain disebut dengan kiamat, suatu peristiwa dimana manusia akan dibangkitkan kembali menuju keabadian (Misbahuddin, 2019:25). *Ma'ad* merupakan hari perhitungan dan penyelesaian seseorang dikatakan baik atau buruk dengan balasan surga ataupun neraka (Mahmud Yunus, 1990: 284).

Dari kedua makna di atas memiliki konteks pemahaman yang berbeda. Jika merujuk pada disiplin ilmu teologi, maka istilah *Ma'ad* selalu ditafsirkan sebagai tempat kembali yaitu akhirat. Namun, dalam pembahasan rancang bangun ekonomi Islam, istilah tempat kembali tadi diterjemahkan sebagai sebagai amal perbuatan manusia itu akan dipertanggungjawabkan pada hari akhirat. Segala amalan dan usaha memiliki balasan pada hari kiamat (Rizki Supriatna, 2020: 103). Pertanggungjawaban tersebut merupakan *reward* dan *punishment* dari segala usaha yang dilakukan setiap individu. Pemahaman ini yang kemudian diartikan sebagai laba atau keuntungan jika seorang individu muslim yang mengamalkan syariat Islam.

Berdasarkan kelima landasan tersebut menjadi dasar kuat dalam membangun

tiga tiang utama, yaitu: *multitype in ownership*, *freedom to act*, dan *social justice*. Ketiga tiang ini menjadi prinsip pokok yang dianut dalam sistem ekonomi Islam. Mengakui kepemilikan individu, memiliki kebebasan dalam bertindak, dan menjunjung keadilan sosial. Dimana ketiga prinsip ini dipayungi dengan akhlak mulia.

4. Ketentuan Harga dalam Islam

Mengacu kepada *sirah nabawiyah*, bahwa Rasulullah Saw menempatkan kedudukan pasar dalam hal yang penting dalam perekonomian Islam. Beliau sangat menghargai hukum alami padapasar, yaitu terbentuknya harga yang adil. Ketentuan ini tentu saja ditopang melalui aspek moralitas tinggi, seperti persaingan yang sehat, kejujuran, transparansi, dan adil seimbang. Setiap individu wajib menerapkan nilai-nilai tersebut. Bagi seorang muslim yang mengamalkan nilai tersebut adalah dapat dikatakan sebagai refleksi keimanan beragama. Dalam hal ini, Rasulullah Saw memainkan perannya sebagai *muhtasib* (pengawas) di pasar. Dalam beberapa riwayat ditemukan, bahwa beliau tidak segan-segan menegur dan mengingatkan secara langsung kepada pedagang yang tidak mengimplementasikan nilai-nilai moralitas (Akhmad Mujahidin, 2012: 150).

Konsepsi tentang harga memiliki kaitan erat dengan karakteristik pasar dalam Islam. Harga merupakan elemen penting dalam menentukan nilai suatu barang dan jasa. Oleh sebab itu, Murah atau mahalnya suatu barang ditentukan seberapa besar harga yang ditetapkan. Stanton dalam Marius menyebutkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan demi memperoleh beberapa produk dan pelayanan yang menyertainya (Marius P. Angipora, 2002: 268). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dinyatakan bahwa harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli demi mendapatkan sejumlah kombinasi barang/jasa disertai dengan pelayanannya. Ilmu ekonomi menjelaskan tentang teori harga, nilai dan manfaat yang kesemuanya merupakan konsep yang saling berkaitan (William J. Stanton, 306-307). Dalam Ensiklopedia Fiqih/*Mausuah Fiqh* disebutkan bahwa harga yang dalam bahasa Arab disebut dengan *tsaman* adalah sesuatu yang dikeluarkan oleh pembeli sebagai pengganti terhadap barang yang dijual (Wizaratul Auqaf wa Syu'un Islamiyah al-Kuwaitiyah, 1993: 34). Dari penjelasan para ahli ekonom dan definisi yang ditetapkan dalam ilmu bahasa, penulis menyimpulkan bahwa harga adalah nilai suatu barang atau jasa, sebagai ukuran yang utuh dalam melakukan suatu transaksi.

Harga memiliki kedudukan penting dalam transaksi jual beli. Ia menjadi salah satu faktor preferensi seseorang dalam memutuskan memilih barang. Harga sangat berkaitan erat dengan nilai dari barang yang ditawarkan. Harga memiliki sifat fleksibel, dapat berubah-ubah yang didasari atas beberapa aspek. Kenyataan yang terjadi dalam sistem ekonomi saat ini memiliki tiga bentuk, yaitu: pertama, penetapan yang bersifat fix. Kedua, penetapan harga terendah, dalam poin kedua ini pembeli dilarang membeli lebih rendah dari harga yang telah ditetapkan. Ketiga, harga jual tertinggi, yaitu

penetapan dengan mematok harga jual pada angka yang paling tinggi (Marhamah Saleh, 2011: 24).

Pendapat penulis, bahwa nilai tawar yang diberikan dalam penetapan harga pada umumnya ditentukan oleh perhitungan *cost production*, waktu, dan kondisi. Sifat dari harga yang dapat berubah ini tentu dapat menimbulkan permasalahan di tengah masyarakat, jika tidak mengikuti rambu-rambu yang bersifat mengikat.

Hujjatu al-Islam Imam al-Ghazali dalam tulisan Siddiqi, berpendapat bahwa keuntungan dalam penjualan merupakan sebuah kompensasi dari pengeluaran modal, termasuk risiko yang diemban dalam sebuah bisnis (Muhammad Nejatullah Shiddiqi, 1996: 40). Pendapatnya dapat diamini bahwa keuntungan adalah sebuah hasil kompensasi dari modal dalam suatu bisnis. Dengan demikian, penetapan dapat harga dapat saja berubah berdasarkan *supply* dan *demands*. Maka, karakteristik pasar dalam Islam mengikuti mekanisme alamiah dalam pasar itu sendiri, selama terhindar dari intervensi maupun distorsi. Konsep ini tentu memberikan kebebasan penuh kepada pedagang dalam menentukan sikap untuk menetapkan harga. Sehingga, dalam menerapkan konsep ini perlu dipagari dengan aspek moral. Aspek moral menjadi variabel yang mempengaruhi keputusan pedagang dalam menetapkan harga setelah mempertimbangkan aspek-aspek *cost production* dan risiko.

Doktrin Islam sudah mengatur segala hal yang berkaitan dengan muamalah, terutama berkenaan dengan harga. Dalam suatu peristiwa pernah terjadi kenaikan harga barang pada masa Rasulullah Saw. Seketika itu para sahabat mendatangi Rasulullah Saw sebagai pemimpin umat Islam. Mereka keberatan dengan keadaan yang sangat sulit, harga barang naik, dan melonjak. Sehingga mereka meminta kepada beliau sebagai pemimpin untuk mengatur dan menetapkan harga bagi mereka. Namun, sikap Rasulullah Saw dalam hal ini memilih untuk tidak menetapkan harga tersebut. Dari Anas bin Malik, Nabi bersabda: "Sesungguhnya Allah lah yang menentukan harga, menyempitkan, melapangkan, Dia Yang Maha Pemberi rezeki..." (Imam Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, 1998: 548-549).

Maka dapat dipahami bahwa ketentuan harga disesuaikan dengan mekanisme pasar dan tidak dapat diintervensi oleh pemerintah. Namun, perlu digarisbawahi bahwa ketentuan mekanisme ini berlaku selama pasar tersebut *tidak mengalami distorsi*. Adapun, jika terjadi distorsi, seperti monopoli, penimbunan, *dumping*, dan lain sebagainya, maka pemerintah perlu melakukan intervensi. Terkhusus, barang-barang kebutuhan pokok yang menjadi kebutuhan dasar umat manusia.

Sikap Rasulullah Saw berdasarkan riwayat hadis yang telah dikemukakan, dapat dipahami bahwa keberadaan pasar adalah hukum alamiah yang wajib dijunjung tinggi. Maknanya, tidak seorangpun berhak mempengaruhinya, karena pasar merupakan kekuatan kolektif yang menjadi ketentuan Allah Swt. Hal-hal yang berkaitan dengan pelanggaran di dalamnya merupakan bentuk kebathilan dan ketidakadilan yang akan dipertanggungjawabkan di akhirat (Akhmad Mujahidin, 2013: 78). Sehingga, dapat

disimpulkan bahwa pedagang yang mengamalkan persaingan harga sempurna, adalah telah menta'ati aturan Allah dan Rasul-Nya.

Tuntunan doktrin Islam menekankan pada pemeliharaan hak-hak pelakupasar, baik penjual maupun pembeli dalam menghindari dari praktik distorsi pasar. Hal ini demi mewujudkan kemaslahatan individu maupun umat secara luas. Said menyebutkan ada beberapahal yang perlu diperhatikan untuk mencegah distorsi (Said Sa'ad Marthon, 2004: 56), *pertama*, adil (takaran atau timbangan). *Kedua*, mengharamkan riba dalam bentuk apapun. *Ketiga*, berlaku jujur dalam setiap transaksi. *Keempat*, mengharamkan *bai' najasy*, yaitu mengajak orang lain memberikan testimoni berupa pujian terhadap barang yang dijual atau melakukan penawaran semu dengan harga tinggi demi menarik minat pembelilainnya. *Kelima*, adanya laranag yang tegas atas perbuatan *talaqqi rukban atau wajidain*, yaitu menjemput penjual terhadap barang dagangannya di luar kota, sebelum ia tiba di pasar. *Keenam*, melarang jual beli yang belum sempurna dalam hak kepemilikannya. *Ketujuh*, melarang ihtikar atau menahan maupun menimbun komoditas barang kebutuhan masyarakat untuk dijual demi menaikkan harga. *Kedelapan*, *al-taisir wa riqa*, yaitu segala akad dilakukan dengan kesepakatan dan keridhaan. Rasa ridla inilah yang memastikan bahwa transaksi tersebut dinyatakan sah dan cenderung akan berpahala di Allah Swt. (Said Sa'ad Marthon, 2004: 56).

KESIMPULAN

Secara umum, akidah menjadi pilar utama dalam membentuk pasar syariah. Keyakinan bahwa harta adalah milik Allah Swt sifat harta harus berputar, bekerja memiliki nilai ibadah, dan kewajiban zakat serta anjuran bersedeqah menjadi kekuatan dalam mengeleminasi perilaku riba, gharar, dan maisir. Akidah yang tertanam membuahakan akhlak yang mulia. Akhlak sendiri memiliki komponen etika dan moral, yang menjadi dasar dalam pembentukan harga dalam persaingan sempurna. Adapun karakteristik pasar dalam Islam mencakup tiga aspek penting, yaitu: pemurnian akhlak, pendirian pasar berdasarkan syari'at Islam, dan penentuan harga berbasis persaingan sempurna. Ketiga aspek ini menjadi dasar utama dalam membentuk pasar, baik secara tradisional, maupun pasar modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Kuwaitiyah, Wizaratul Auqaf wa Syu'un Islamiyah. *al-Mausu'ahal-Fiqhiyah*. 132/34. Mesir: Darul Shafwah Lithaba'ah wa al-Nasyr. 1993.
- Al-Haritsi, Jaribah Bin Ahmad. *Fikih Ekonomi Umar bin Khathab*, Pustaka Al-Kautsar, 2003.
- A-Qurthubi, Abu 'Abdullah Muhammad ibn Ahmad ibn Abu Bakaral-Ansari. *Al-Jami' li Ahkāmī-l-Qur'an*. Qahira: Mathba'ah Darul Kutub. 1964.

- Abdullah, Hisam. As-Sūq al-Islāmiyyah fi-l-Madīnah al- Munawwarah Awwalu Sūq Yuassisuha Nabiy.” diakses pada 4 Agustus, 2020. <https://www.masjidsalahudin.com/?p=1427>.
- Agustiati. “Sistem Ekonomi Kapitalisme.” *Academica* 1, no. 2 (2009). Al-Khatib, Muhammad ‘Ajaj. *Ushul Al-Hadits*. Terj. M. Nur Ahmad Musyaffiq. Jakarta: Gaya Media Pratama. 2007.
- Angipora, Marius P. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2002.
- Hanafie, Rita. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI. 2010.
- Ibnu Hajar, Ahmad bin Ali al-Asqalani. *Fathul Bari bi Syarhi Shahih Bukhari*. Juz 40. Kairo: Maktabah al-Shafa. 2003.
- Imam al-Ghazali, Abu Hamid Muhammad ibn Muhammad. *Ihya' Ulumuddin*. Terj. Moh. Zuhri. Jilid 2. Semarang: Asy-Syifa.1992.
- Imam, Ibnu Majah. *Sunan Ibnu Majah*. Juz 3. Beirut: Daru-l-Jaiyl. 1998.
- Jusmaliani, Muhammad Soekarni. *Kebijakan Ekonomi Dalam Islam*. Yogyakarta: Kreasi Wacana. 2005.
- Kadir, Abdul. *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Penerbit Amzah. 2010.
- Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Cet. ke-5. 2012.
- _____. *Ekonomi Mikro Islam*. Depok: Raja Grafindo Persada. Cet. ke-7. 2015.
- Marthon, Said Sa'ad. *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*. Terj. Ahmad Ikhrom dan Dimyauddin. Jakarta: Zikrul Hakim. 2004.
- Misbahuddin. “Al-Ma’ad Dalam Al-Qur’an.” *Al-ASAS Jurnal Ilmiah Ilmu Dasar Keislaman* 3, no. 2 (2019): 2-34.
- Mujahidin, Akhmad. "Peran Negara Dalam Hisbah." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2012).
- Muhammad, Yusuf Kamal. *Fiqh Iqtisād As-sūq*. Qahirah: Dar al-Nashr lil-Jami'āt. 1998.
- Noor, Yasser Ahmad. "The Mandate of Mecca in The Era of The Prophecy and The Rightly-Guided Caliphs (8-40 AH/ 629-661 AD)." *Dirāsāt, Al-'Ulūm Al-Insāniyyah wa-l-Ijtīmā'iyyah* 42, no. 3 (2015): 645-662.

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Volume 6 Nomor 2 (2024) 941-954 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v6i2.3607

- Reality, Tim. *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*. Jakarta: PT. Reality Publisher. 2008.
- Saleh, Marhamah. "Pasar Syari'ah Dan Keseimbangan Harga." *Media Syari'ah* 13, no. 1 (2011): 21-36.
- Shiddiqi, Muhammad Nejatullah. *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*. Terj. Anas Sidik. Jakarta: Bumi Aksara. 1996.
- Sodiq, Amirus. "Kajian Historis Tentang Dinar Dan Mata Uang Berstandar Emas." *Iqtishadia* 8, no. 2 (2015): 1-31.
- Stanton, Wiliem J. *Prinsip Pemasaran*. Terj. Yohane Lamarto. Jakarta: Erlangga. 1984. Jilid 1. Cet. ke-7.
- Supriatna, Rizki. "Eskatologi Mulla Sadra: Kebangkitan setelah Kematian." *Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam* 5, no. 1 (2020): 101-120.
- Susanti, Ressi. "Sejarah Transformasi Uang Dalam Islam." *Aqlam: Journal of Islam and Plurality* 2, no. 1 (2018).
- (P3EI), Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2014.
- Zed, Mustika. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Nasional. 2004.
- Zuhaili, Wahbah. *Tafsir al-Munir; fi al-Aqidah, wa al-Syariah*, Damaskus: Darul Fikr. 2003.