BAB II

LANDASAN TEORI

A. Proses Pencetakan / Pembuatan Genteng

1. Proses Pemilihan Bahan Baku

Awal proses pembuatan genteng diawali dengan pengolahan bahan baku atau bahan mentah berupa tanah liat yang mengandung unsur kaolin yang diambil dari tanah liat sekitar rumah,ladang,dan pegunungan di sekitar area industri genteng di Nglayur Trenggalek.

Pengambilan tanah biasanya bagian lapisan paling atas dari tanah atau biasa disebut kulit tanah tidak digunakan untuk pembuatan bahan genteng, dikarenakan kandungan unsur humus dan hara sangat baik untuk bercocok tanam. Cara pengambilan tanah dilakukan dengan cara membuang lapisan atas, selanjutnya bagian tanah yang diambil yaitu tanah yang berada dibagian bawah (kurang lebih kedalaman 1 m lebih sampai kedalaman 5 m dari permukaan lapisan tanah).

Proses selanjutnya membersihkan tanah dari berbagai kotoran contohnya seperti plastik, batu, kayu, besi, kaleng, dan sampah lainnya. Setelah dirasa bersih tanah tersebut kemudian diaduk rata dengan menambahkan air dan pelumas genteng atau solar serta sedikit pasir atau abu merang.

Setelah pemilihan bahan genteng selesai, kemudian proses selanjutnya adalah penggilingan bahan genteng yang akan diolah. Tujuannya adalah untuk memperoleh bahan yang bagus dengan kriteria yang lebih halus serta merata.

Selanjutnya proses penggilingan dengan cara memasukkan tanah liat ke dalam mesin penggiling tanah biasanya disebut mesin gilis oleh warga sekitar, pada proses ini juga ditambahkan sedikit campuran abu / pasir, lempung kaolin dan pelumas genteng. Tujuanya supaya tanah liat tidak terlalu lembek waktu digiling dan mempermudah proses penggilingan. Standart penggilingan ditempat kami tiga kali penggilingan untuk memastikan pencampuran bahan baku biar lebih padat. Penggilingan berlangsung dalam waktu yang cepat dengan keluar berupa tanah liat yang telah tercetak kotak-kotak sesuai dengan ukuran genteng yang akan dicetak.[1]

2. Proses pencetakan genteng

Pencetakan genteng biasanya dilakukan dengan cara memasukkan kotak bahan tanah liat ke dalam mesin cetak berupa mesin pres. Sebelum dimasukkan pipihkan dulu kotak tanah liat yang sudah di gilis dengan cara dipukul dengan batang kayu. Tujuannya yaitu supaya padat dan pas sesuai dengan ukuran mesin press. Kemudian angkat genteng basah dari mesin pres yang sudah selesai Proses Penghalusan

3. Proses penghalusan / *kesik*

Proses ini yaitu dengan menghaluskan sisa-sisa tanah liat yang menempel pada bagian genteng dengan cara di sisik atau biasa disebut dengan kesik. Proses ini dilakukan dua hari setelah proses pencetakan tujuannya agar genteng mengeras terlebih dahulu supaya pada proses penghalusan tidak ada bekas jari pada genteng yang di kesik.

---

[1] H. Muyoto, " cara-membuat-genteng-tanah-liat-kaolin ", http://www.pabrik-genteng.com/2014/02/.html, diakses tanggal 01-02-2016.

4. Proses Pengeringan

Proses selanjutnya adalah pengeringan, pada proses ini dilakukan setelah proses penghalusan, ada beberapa cara proses pengeringan yang biasanya dipakai di perusahaan kami, tergantung situasi dan kondisi cuaca :

a. Proses pengeringan dengan menggunakan sinar matahari,dimana genteng hasil pengepresan dijemur secara langsung di bawah sinar matahari selama kurang lebih 4 hari.
b. Proses pengeringan dengan cara diangin-anginkan dimana genteng hasil pengepresan diletakan di dalam gudang yang terbuka dalam waktu 10 hari.
c. Proses pengeringan genteng selanjutnya yaitu dengan cara di Oven. Pengeringan Oven berlangsung selama dua hari. Pengeringan dilakukan dengan cara memasukkan genteng ke dalam Oven kemudian dipanaskan dengan menggunakan bahan bakar kayu. Pengeringan ini memerlukan biaya yang mahal.

5. Proses Pembakaran

Proses selanjutnya adalah pembakaran genteng, biasanya berlangsung selama 2 hari 1 malam dimana suhu mencapai dengan kurang lebih 600 derajat. Proses pembakaran genteng merupakan akhir dari proses produksi. Kualitas genteng ditentukan oleh kualitas proses pembakarannya. Jenis genteng ini sering pula disebut genteng banting, maksudnya memiliki kualitas yang sangat baik ditinjau dari kekuatan dan kerasnya genteng. Hal inipun ditentukan oleh proses pencetakannya dan proses pembakaran genteng.

6. Proses Pemilihan/Penyortiran genteng yang siap dikirim

Proses ini adalah proses akhir dari pembuatan genteng yaitu pemilihan dan penyortiran genteng yang siap pakai. Proses ini dilakukan untuk memisahkan hasil pembakaran genteng antara yang baik dan yang rusak (pecah atau retak).[2]

B. Pengertian Produksi dan Perilaku Produksi

1. Pengertian produksi

Beberapa ahli ekonomi islam memberikan definisi yang berbeda mengenai pengertian produksi, meskipun subtansinya sama. Berikut pengertian produksi menurut para ekonomi muslim kontemporer :

a. Menurut Richard G. Lipsey sebagaimana dikutip oleh Rustam Efendi bahwa produksi merupakan tindakan dalam membuat komoditi, barang-barang dan jasa.[3]

b. Kemudian menurut Adi Warman Karim, Produksi adalah sebuah proses yang telah terlahir di muka bumi ini semenjak manusia menghuni planet ini. Produksi sangat berkaitan bagi kelangsungan hidup dan juga peradaban manusia dan bumi. Sesungguhnya produksi lahir dan tumbuh dari menyatunya manusia dengan alam.[4]

---

[2]Asep Saepul H dan H. Adun Rusyana, *Produksi Pencetakan Bata Merah dan Genteng*, (Jakarta: Bina Sumer Daya MIPA, 2007), 6-26

[3] Rustam Efendi, *Produksi dalam Islam* (yogyakarta: magistra Insania Press, 2003),11.

[4] Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007),102

c. Menurut Yusuf Qardawi mendefinisikan produksi sebagai menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan.[5]

2. Pengertian Perilaku Produksi

Menurut bahasa, perilaku berarti kelakuaan, perbuatan, sikap, dan tingkah.[6] Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang adalah sebagai berikut :

a. Faktor Eksternal

Seringkali para eksekutif perusahaan dihadapkan pada suatu dilema yang menekannya. Seperti halnya harus mengejar kuota penjualan, menekankan ongkos-ongkos, meningkatkan efisiensi dan bersaing. Di pihak lain eksekutif perusahaan juga harus bertanggungjawab terhadap masyarakat agar kualitas barang terjaga, harga barang terjangkau. Eksekutif perusahaan harus pandai mengambil keputusan etis yang tidak merugikan perusahaan maupun masyarakat/konsumen.

b. Faktor Organisasi

Secara umum, anggota organisasi itu sendiri saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya (proses interaktif). Di lain pihak organisasi terhadap individu harus tetap berperilaku etis, misalnya dalam masalah pengupahan, jam kerja maksimun.

---

[5] Yusuf Qardawi, *Peran dan Nilai Moral dalam Perekonomian Islam*, (jakarta: Robban Press, 1997),53.

[6] Yasin sulchan, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta : CV Putra Karya,2004),274.

c. Faktor individual

Seseorang yang memiliki filosofi moral, dalam bekerja dan berinteraksi dengan sesama akan berperilaku etis. Prinsip-prinsip yang diterima secara umum dapat dipelajari/diperoleh dari hasil interaksi dengan teman, keluarga, kenalan.[7]

Perilaku produksi merupakan bagian bagian penting dalam kegiatan ekonomi, sedangkan pelaku dari produksi adalah produsen. Produsen adalah seseorang atau kelompok orang maupun badan usaha yang menghasilkan output dalam bentuk barang maupun jasa.[8] Dalam kegiatan produksi terjadi proses perubahan bentuk atau perubahan nilai guna barang atau jasa, setelah proses selesai kemudian akan muncul outputnya yaitu suatu barang atau jasa yang bisa dijual atau dipasarkan kepada distributor untuk di distribusikan kepada konsumen atau dari produsen langsung didistribusikan kepada konsumennya.

Teori perilaku produsen adalah teori yang membahas tentang bagaimana produsen mendayagunakan sumber daya yang ada agar diperoleh keuntungan optimal.[9] Sedangkan perilaku produsen adalah kegiatan pengaturan produksi sehingga produk yang dihasilkan bermutu tinggi sehingga bisa diterima masyarakat dan menghasilkan laba. Di dunia ini pasti ada orang yang baik dan jahat begitu pun dengan perilaku produsen ada yang baik ada juga buruk. Produsen yang baik itu produsen yang melakukan kegiatan produksi

---

[7] Murti Sumani, *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*, (Yogyakarta: Liberty, 1995),22.
[8] Arief, "Pengertian dari Produsen",blogspot.com, 22 April 2011, diakses tanggal 10 April 2016.
[9] Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008),101

dengan jujur tidak menggati barang-barangnya denganyang tidak semestinya. Sedangkan, produsen yang tidak baik itu produsen yang melakukan kegiatan produksi secara tidak jujur banyak mengganti bahan-bahan untuk produksinya dengan tidak semestinya.

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil sesuai dengan hukum yang berlaku. dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Sedangkan menurut Muslich etika bisnis adalah etika umum yang mengatur perilaku bisnis, norma, moralitas yang menjadi landasan dan acuan bisnis dalam perilakunya. Dasar perilakunya tidak hanya hokum ekonomi dan mekanisme pasar saja yang mendorong perilaku bisnis itu, melainkan nilai moral dan etika juga menjadi acuan penting yang harus dijadikan landasan kebijaksanannnya.[10]

2. Pengertian Etika Bisnis Islam

Bisnis islam adalah serangkaian dari aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya tidak dibatasi oleh jumlah kepemilikan (barang atau jasa) termasuk profitnya, tetapi dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan

[10] Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2004), 9.

hartanya karena aturan halal dan haram. Landasan dasar etika bisnis dalam islam bersumber pada Al-Qur'an surat *Al-Baqoroh* ayat 282 yang mana dalam ayat ini menurut Ali as-Sayis dengan tegas melarang setiap orang yang beriman memakan harta dengan cara yang *bathil*. Menurut An-Nabawi, *bathil* itu adalah segala sesuatu yang tidak dihalalkan syariah seperti riba, judi, korupsi, penipuan dan segala yang diharamkan Allah.[11]

Agar kegiatan bisnis yang kita lakukan dapat berjalan harmonis dan menghasilkan kebaikan dalam kehidupan, maka kita harus menjadikan bisnis yang kita lakukan terwarnai dengan nilai-nilai etika. Salah satu sumber rujukan etika dalam bisnis adalah etika yang bersumber dari tokoh teladan agung manusia di dunia, yaitu Rasulullah saw. Beliau telah memiliki banyak panduan etika untuk praktek bisnis kita, yaitu sebagai berikut.[12]

Petama adalah kejujuran. Kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda "Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya,"(H.R. Al-Quzwani) dan "Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami," (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

Kedua, menolong atau memberi manfaat kepada orang lain, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak

---

[11] Kuat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, (Yogyakarta:PUSTAKA PELAJAR, 2009), 39.
[12] Taqiyuddin An-Nabhani, *An-Nidlom Al-Iqtishadi Fil*, Terj. Moh. Maghfur Wachid, *Islam Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, (Jakarta, Risalah Gusti,1996), 30.

hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak Ekonomi Kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap ta'awun (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

Ketiga, tidak boleh menipu, takaran, ukuran, dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, rimbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Firman Allah: "Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka meminta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi"(QS 83:112).

Keempat, tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabi Muhammad SAW' bersabda, "janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk meningkatkan apa yang dijual oleh orang lain," (H.R. Muttafaq 'alaih).

Kelima, tidak menimbun barang. Ihtikar ialah menimbun barang (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menja di naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.

Keenam, tidak melakukan monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi.

Sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pembisnis muslim. Sikap amanah dapat dimiliki setiap umat manusia apabila dalam hidupnya dia selalu nyadari bahwa apapun aktifitasnya yang dilakukan, termasuk pada saat ia bekerja selalu diketahui oleh Alloh SWT. Sikap amanah menguatkan pemahaman islamnya dan istiqomah menjalankan syari'at islam.

Menurut Imam Al-Gozali dikutip oleh bukhari ada tiga sifat prilaku yang terpuji dilakukan dalam perdagangan.[13] *Pertama* Tidak mengambil laba lebih banyak, seperti lazim dalam dunia perdagangan, jika dipikirkan perilaku demikian ini, maka dapat dipetik hikmahnya, yaitu barang lebih murah dari saingan ataupun sama dengan pedagang lain yang sejenis. Jelas para konsumen akan lebih senang dengan para pedagang seperti ini, apalagi diimbangi dengan layanan yang memuaskan. Barang dagangannya akan laku keras, dan ia memperoleh volume penjualan tinggi, barang cepat habis dan membeli lagi barang baru dan seterusnya diperoleh keuntungan yang berlipat ganda. *Kedua* Membayar harga agak lebih mahal kepada penjual miskin, ini adalah amal yang lebih dari pada sedekah biasa. *Ketiga* Memurnikan harga atau memberikan korting atau diskon kepada pembeli yang miskin, ini memilii pahala yang berlipat ganda.

Untuk menjaga hak-hak (penjual dan pembeli) dan menghindarkan transaksi yang menyebabkan distorsi dalam pasar, seperti penimbunan (*ikhtikar*) dan monopoli bertujuan akuisisi perdagangan oleh individu atau sekelmpok orang. Karena kedua praktek bisnis ini akan mencegah perdagangan

---

[13] Buchary Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung: Alfbeta, 1993), 59-60.

bebas dan menghambat manusia untuk mendapatkan harga yang adil adalah harga itu meliputi biaya yang dikeluarkan oleh prousen yang terkandung dalam barang dagangannya dan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang dalam pembelian, pengangkutan, penyimpanan serta kompensasi, sebab ketidak seimbangan dalam perekonomian akan menimbulkan gejolak ekonomi yang merugikan pelaku bisnis itu sendiri, sebab tujuan untuk mendapat keuntungan yang tertentu *wajar* atau dalam masyarskat serta mendorong untuk mewujudkan kemaslakhatan individi atau masyarakat, dibutuhkan etika yang harus dimiliki oleh pelaku pasar.

Untuk itulah Islam mengajarkan setiap pelaku ekonomi atau bisnis untuk selalu memperhatikan lingkaran social disekitarnya. Sosiologi ekonomi tersebut dapat diartikan kedalam dua cara. *Pertama* sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat yang didalamnya terdiri interaksi social ekonomi. Dalam hubungan tersebut dapat dilihat bagaimana masyarakat mempengaruhi ekonomi juga sebalinya bagaimana ekonomi mempengaruhi masyarakat. *Kedua* sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai pendekatan sosiologis yang diterapkan fenomena ekonomi.[14]

3. Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW

Keberhasilan Muhammad dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian diri Muhammad yang dibangunnya atas dasar dialogis realitas sosial masyarakat jahiliyyah dengan dirinya. Kemampuan mengelola bisnis

[14] Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 11-14.

tanpak pada keberaniannya membawa dagangan Khadijah dan ditemani hanya seorang karyawan (Maisarah). jika ia tidak memiliki pengalaman dan kemampuan berdagang maka ia hanya akan menjadi pendamping Maisarah. la bertanggungjawab penuh atas semua dagangan milik Khadijah. Demikian juga barang-barang dagangannya yang ia bawa dari pasar ke pasar atau tempat-tempat festival perdagangan. Berikut beberapa etika bisnis Muhammad dalam praktek bisnisnya antara lain:

Pertama, kejujuran. Dalam melakukan transaksi bisnis Muhammad menggunakan kejujuran sebagai etika dasar. Gelar al-Amin (dapat dipercaya) yang diberikan masyarakat Makkah berdasarkan perilaku Muhammad pada setiap harinya sebelum ia menjadi pelaku bisnis. Ia berbuat jujur dalam segala hal, termasuk menjual barang dagangannya. Cakupan jujur ini sangat luas, seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menimbang barang dengan timbangan yang tepat, dan lain-lain.

Kejujuran Muhammad dalam bertransaksi dilakukan dengan cara menyampaikan kondisi riil barang dagangannya. Ia tidak menyembunyikan kecacatan barang atau mengunggulkan barang daganganya, kecuali sesuai dengan kondisi barang yang dijualnya. Praktek ini dilkaukan dengan wajar dan menggunakan bahasa yang santun. Beliau tidak melakukan sumpah untuk menyakinkan apa yang dikatakannya, termasuk menggunakan nama Tuhan. Ketika Muhammad menjual dagangan di Syam, ia pernah bersitegang dengan salah satu pembelinya terkait kondisi barang yang dipilih oleh pembeli tersebut. Calon pembeli berkata kepada Muhammad, "Bersumpahlah demi Lata

dan Uzza!" Muhammad menjawab, ”Aku tidak pernah bersumpah atas nama Lata dan Uzza sebelumnya.” Penolakan Muhammad dimaklumi oleh pembeli tersebut, dan sang pembeli berkata kepada Maisarah, “Demi Allah, ia adalah seorang Nabi yang tanda candanya telah diketahui oleh para pendeta kami dari kitab-kitab kami."[15]

Dalam konteks sekarang, sekilas kedengarannya aneh bahwa kejujuran merupakan sebuah prinsip etika bisnis karena mitos keliru bahwa bisnis adalah kegiatan tipu menipu untuk meraup untung besar. Memang etika ini agak problematic karena masih banyak pelaku bisnis sekarang yang mendasarkan kegiatan bisnisnya dengan cara curang, karena situasi eksternal atau karena internal (suka menipu). Sering pedagang menyakinkan kata-katanya disertai dengan ucapan sumpah (termasuk sumpah atas nama Tuhan). Padahal kegiatan bisnis yang tidak menggunakan kejujuran sebagai etika bisnisnya, maka bisnisnya tidak akan bisa bertahan lama. Para pelaku bisnis modern sadar bahwa kejujuran dalam berbisnis adalah kunci keberhasilan, termasuk untuk mampu bertahan dalam jangka panjang dalam suasana bisnis yang serba ketat dalam bersaing.

Tradisi buruk sebagian bangsa Arab adalah tidak bersikap jujur (berbohong) dalam menjajakan barang dagangannya. Barang yang cacat tidak diberitahukan kepada calon pembelinya. Penimbangan barang tidak tepat atau penimbangan barang antara barang kering dan basah. Cara-cara perdagangan mereka masih terdapat unsur penipuan. Dalam kondisi praktek mal-bisnis

[15] Mahdi Rizqullah Ahmad, *Sirah Nabawiyah (berdasarankan Riwayat-Riwayat Shahih, Sesuai Kaidah-Kaidah Ilmu Hadist, Disertai Pelajaran-Pelajaran Dari setiap Kajian),* terj. Ust. Firdaus sanusi, Lc. MA., (Jakarta: Qisthi Press, 2006), 157.

(kecurangan bisnis) seperti ini, Muhammad muncul sebagai pelaku bisnis yang mengkedepankan kejujuran, yang kemudian hari mengantarkannya sebagai pemuda yang memiliki gelar al-amin.

Kedua, amanah. Amanah adalah bentuk masdar dari amuna, ya'munu yang artinya bisa dipercaya. la juga memiliki arti pesan, perintah atau wejangan. Dalam konteks fiqh, amanah memiliki arti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan harta benda. Muhammad dalam berniaga menggunakan etika ini sebagai prinsip dalam menjalankan aktivitasnya. Ketika Muhammad sebagai salah satu karyawan Khadijah, ia memperoleh kepercayaan penuh membawa barang-barang dagangan Khadijah untuk dibawa dan dijual di Syam. la menjaga barang dagangannya dengan baik selama dalam perjalanan. Dengan ditemani Maisarah, Muhammad menjual barang-barang tersebut sesuai dengan amanat yang ia terima dari Khadijah. Agar barang dagangannya aman selama dalam perjalanan, Muhammad bersama-sama dengan rombongan kafilah dagang. Selama dalam perjalanan kafilah-kafilah tersebut merasa aman karena dikawal oleh tim keamanan atau sudah ada jaminan dari suku tertentu.

Setelah sampai di kota tujuan, Muhammad dan Maisarah membongkar barang dagangannya. Mereka berdua menggelar barang dagangannya dan menawarkan barang tersebut kepada para pengunjuang. Barang dagangan tersebut habis terjual. Sebelum pulang Muhammad membeli beberapa barang untuk dijual di Makkah. Dari barang yang dibelinya, Muhammad juga memperoleh keuntungan. Tanpa diduga keuntungan Muhammad sangat besar

dan membuat majikannya puas. Hasil keuntungan tersebut ia laporkan dan serahkan kepada Maisarah tanpa kurang sedikitpun. Setelah itu Muhammad diberi upah besar sesuai dengan perjanjiannya, yakni empat kali dari gaji yang biasanya Khadijah berikan kepada karyawan lainnya.

Ketiga, tepat menimbang. Etika bisnis Muhammad dalam menjual barang harus seimbang. Barang yang kering bisa ditukar dengan barang yang kering. Penukaran barang kering tidak boleh dengan barang yang basah. Demikian juga dalam penimbangan tersebut seseorang tidak boleh mengurangi timbangan. Dalam transaksi Muhammad menjauhi apa yang disebut dengan muzabana dan muhaqala. Muzabana adalah menjual kurma atau anggur segar (basah) dengan kurma atau anggur kering dengan cara menimbang.[16]‟ Muzabana pada dasarnya adalah menjual sesuatu yang jumlahnya, berat atau ukurannya tidak diketahui dengan sesuatu yang jumlahnya, berat atau ukurannya diketahui dengan jelas. Muhaqala adalah jual beli ataumpenukaran antara gandum belum dipanen dengan gandum yang sudah digiling atau menyewakan tanah untuk ditukarkan dengan gandum.

Apa yang dilakukan Muhammad di pasar Ukaz, Majinna, dan pasar-pasar lainnya adalah menjual beberapa barang, seperti kurma, anggur, gandum dan sejenisnya. Muhammad menimbang berat tersebut sesuai dengan ukurannya. Ia tidak mengurangi sedikitpun, sehingga kejujuran dan ketepatannya dalam menimbang sudah tersebar dimana-mana. Jika orang membeli barang dari Muhammad, mereka tidak ragu atas timbangannya.

---

[16] Imam Malik, *al-Muwatta'*.(jakarta: Rajagmfindo Persada, 1999), 343.

Keempat, gharar. Ghamr menurut bahasa berarti al-khatar yaitu sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Dalam akad, gharar bisa berarti tampilan barang dagangan yang menarik dari sigi zhahirnya, namun dari sisi substansinya belum tentu baik. Dengan kata lain gharar adalah akad yang mengandung unsur penipuan karena tidak adanya kepastian, baik mengenai ada atau tidak adanya objek akad, besar kecilnya jumlah, maupun kemampuan menyerahkan objek yang disebutkan dalam akad tersebut. Dalam prakteknya Muhammad menjauhi praktek gharar, karena memuka ruang perselisihan antara pembeli dan penjual. Muhammad juga melarang penjualan secara urbun (bai' al-urbun). Muhammad melarang penjualan dengan lebih dahulu memberikan uang muka (panjar) dan uang itu hilang jika pembelian dibatalkan. Penjualan yang menyertai urbun adalah seorang pembeli atau penyewa mengatakan " Saya berikan lebih dahulu uang muka kepada Anda. jika pembelian ini tidak jadi saya teruskan, muka uang muka itu hilang, dan menjadi milik Anda. jika barang jadi dibeli muka uang muka itu diperhitungkan dari harga yang belum dibayar." Cakupan gharar ini sangat luas. *Pertama*, ketidakmampuan penjual untuk menyerahkan objek akad pada waktu terjadi akad, baik objek akad itu sudah ada atau belum ketika akad berlangsung, seperti menjual janin yang masih ada dalam perut binatang ternak. *Kedua*, menjual barang yang tidak berada di bawah kekuasaannya, seperti menjual barang kepada orang lain sementara barang yang akan dijual belum diterima dan masih berada di penjual sebelumnya. Hal ini tidak dibenarkan karena boleh jadi barang itu mengalami perubahan atau rusak.

Ketiga, tidak adanya kepastian tentang jenis pembayaran atau jenis benda yang dijual. Barang dagangan dan pembayarannya kabur tidak jelas. *Keempat*, tidak adanya kepastian tentang sifat tertentu dari benda yang dijual, seperti penjual berkata, "Saya jual kepada Anda baju yang ada di rumah saya." Penjual tidak tegas menjelaskan baju yang mana, warna dan ukurannya, dan cirri-ciri lainnya. *Kelima*, tidak tegas jumlah harganya. *Keenam*, tidak tegas waktu penyerahan barangnya. *Ketujuh*, tidak adanya ketegasan bentuk transaksi. *Kedelapan*, tidak adanya kepastian objek, seperti adanya dua objek yang dijual dengan kualitas yang berbeda dengan harga sama dalam satu transaksi. Penjualan ini tidak tegas objek yang akan dijual. *Kesembilan*, kondisi objek akad tidak dapat dijamin kesesuaiannya dengan yang ditentukan dalam transaksi.[17] Cara penjualan sebagaimana disebutkan di atas tidak sesuai dengan etika Muhammad dalam berbisnis.

Kelima, tidak melakukan penimbunan barang. Dalam bahasa Arab penimbunan barang disebut ihtikar. Penimbunan ini tidak diperbolehkan karena akan menimbulkan kemadharatan bagi masyarakat karena barang yang dibutuhkan tidak ada di pasar. Tujuan penimbunan dilakukan dengan sengaja sampai dengan batas waktu untuk menunggu tingginya harga barang-barang tersebut Muhammad dalam praktek bisnisnya menjauhi tindakan penimbunan. Barang dagangan yang dibawanya selalu habis. Bahkan jika perlu barang-barang dagangan yang dimiliki oleh Khadijah akan dijual semuanya. Namun

[17] Abdul Aziz Dahlan, et. al, *Ensiklapedi Hukum Islam, jil. 2*, (jakarta: lchtiar Baru Van Hoeve, 2001), 399-400.

karena keterbatasan alat transportasi Muhammad membawa barang secukupnya.

Muhammad sadar bahwa kebutuhan sehari-hari harus didistribusikan dengan baik Barang dagangan tidak boleh disimpan lama sehingga barang tersebut langka dijumpai di pasar. Berdasarkan teori pasar, jika barang sedikit dan permintaan pasar besar maka harga barang menjadi tinggi. Jika harga tinggi maka keuntungan besar dapat diperoleh para pedagang. Namun konsumen akan mengalami kesulitan, khususnya mereka yang tidak mampu membayar sesuai dengat harga tinggi yang menjadi tuntutan pasar.

Dalam tradisi jahiliyyah, penimbunan barang merupakan salah satu strategi untuk memperoleh keuntungan besar. Mereka menunggu waktu-waktu yang strategis, misalnya pada masa festival pasar Ukaz. Pasar ini merupakan pasar yang besar yang digelar setahun sekali, tepatnya pada awal hingga pertengahan Dzul Qa‘dah. Beberapa saat kemudian festival pasar berpindah ke Majanna dan Dzul Majid. Tradisi-tradisi penimbunan barang ini seolah-olah sudah terjadwal dari bulan ke bulan.

Keenam, tidak melakukan al-ghab dan tadlis. Al-ghab artinya al-khada (penipuan), yakni membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga rata-rata. Sedangkan tadlis yaitu penipuan yang dilakukan oleh pihak penjual atau pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan ketika terjadi transaksi. Dalam bisnis modern perilaku al-ghab atau tadlis bisa terjadi dalam proses *mark up* yang melampaui kewajaran atau wan prestasi.

Rahasia kesuksesan Muhammad dalam praktek bisnisnya dilakukan dengan menerapkan harga yang sedang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Baginya yang penting adalah sirkulasi barang diantara para pedagang dan pembeli. Jangan sampai barang hanya berputar pada sekelompok tertentu saja. Tetepai barang tersebut terdistribusi ke lapaisan masyarakat. Jika perputaran barang berjalan dengan baik, maka akfivitas bisnis menjadi stabil, dan harga dapat dijangkau oleh masyarakat Dalam hal ini Muhammad juga menjual sesuai dengan harga. Ia tidak memanipulasi harga dan tidak kompromi kepada pembeli yang menaikkan harga agar ia memperoleh keuntungan. *Mark up* dilakukan oleh pembeli ketika ia memperoleh pesanan dari pihak lain.

Etika Muhammad dalam menyampaikan informasi seputar barang dagangannya dilakukan secara rinci. Ia tidak menyembunyikan kecacatan barang dagangannya. Jika pembeli meminta atas kejujuran Muhammad atas kondisi barang dagangannya dengan sumpah atas nama Tuhan, Muhammad selalu menolaknya. Baginya berkata jujur merupakan kunci kesuksesan bisnis.

Ketujuh, saling menguntungkan. Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam bisnis para pihak harus merasa untung dan puas. Etika ini pada dasarnya mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Seorang produsen ingin memperoleh keuntungan, dan seorang konsumen ingin memperoleh barang yang bagus dan memuaskan, maka sebaiknya bisnis dijalankan dengan saling menguntungkan.

Dalam berniaga Muhammad mendeskripsikan barang dagangan yang akan dibeli oleh konsumen. Jika barang ada cacatnya Muhammad

mengatakannya terus teras. Jika barang dagangan bagus, ia mengatakannya sesuai dengan keadaannya. Bahkan dalam satu riwayat, Muhammad memberitahukan harga pembeliannya, dan seberapa banyak konsumen akan memberikan keuntungan diserahkan sepenuhnya kepada konsumen. Atas dasar sikap Muhammad ini, konsumen yang merasa puas atas barang yang dibelinya, ia akan memberikan keuntungan atau jasa lebih karena perasaan puas.