



PENEGAKAN ETIKA BISNIS DITINJAU DARI PERSPEKTIF MAQASID AL-SYARI'AH DALAM PENJUALAN IKAN TIDAK SEGAR DI PASAR 23 MARET KELURAHAN GOGAGOMAN KECAMATAN KOTAMOBAGU BARAT

¹Fitri Hasan ²Retna Gumanti ³Nurhikmah Hairak H. Biga

¹²³Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo,

hasanfitri1612@icloud.com retna_gumanti@iaingorontalo.ac.id

hikma_biga@iaingorontalo.ac.id

Abstract: *This study examines the implementation of Islamic business ethics in the practice of fish trading at Pasar 23 Maret Kotamobagu from the perspective of maqāṣid al-sharī'ah. The analysis focuses on the sale of non-fresh fish and its implications for consumer protection and Islamic ethical values. This research employs a qualitative method with a juridical-empirical approach. Primary data were obtained through field observations and in-depth interviews with fish traders, consumers, and market management, while secondary data were collected from fiqh mu'āmalah literature, statutory regulations, fatwas issued by the Indonesian Council of Ulama (DSN-MUI), and relevant academic works.*

The findings indicate that fish trading practices at Pasar 23 Maret Kotamobagu have not fully reflected the principles of Islamic business ethics, particularly with regard to honesty, transparency, and responsibility. The study identifies practices involving the sale of fish with declining quality without clear disclosure to consumers, which fall under the categories of tadlīs (misrepresentation) and gharar (uncertainty) in Islamic law. From the perspective of maqāṣid al-sharī'ah, such practices potentially violate several objectives of Islamic law, especially the protection of life (ḥifẓ al-naḥs) and the protection of property (ḥifẓ al-māl).

This study concludes that the enforcement of Islamic business ethics in fish trading requires synergy between traders' moral awareness, institutional

supervision by market authorities, and consumer education. Therefore, the maqāṣid al-sharī'ah approach can serve as a comprehensive analytical framework for assessing and strengthening ethical business practices that promote justice and public welfare.

Keywords: *Islamic business ethics, fish trading, traditional market, maqāṣid al-sharī'ah, consumer protection.*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji implementasi etika bisnis syariah dalam praktik penjualan ikan di Pasar 23 Maret Kotamobagu dengan menggunakan perspektif *maqāṣid al-syarī'ah*. Fokus kajian diarahkan pada praktik penjualan ikan yang tidak segar serta implikasinya terhadap perlindungan konsumen dan nilai-nilai etika Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yuridis-empiris. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pedagang ikan, konsumen, serta pengelola pasar, sedangkan data sekunder bersumber dari literatur fikih muamalah, peraturan perundang-undangan, fatwa DSN-MUI, dan karya akademik terkait.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik perdagangan ikan di Pasar 23 Maret Kotamobagu belum sepenuhnya mencerminkan prinsip etika bisnis syariah, khususnya dalam aspek kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab. Ditemukan adanya praktik penjualan ikan yang mengalami penurunan kualitas tanpa informasi yang jelas kepada konsumen, yang termasuk dalam kategori *tadlis* dan *gharar* menurut hukum Islam. Dari perspektif *maqāṣid al-syarī'ah*, praktik tersebut berpotensi melanggar beberapa tujuan syariat, terutama penjagaan jiwa (*ḥifẓ al-nafs*) dan penjagaan harta (*ḥifẓ al-māl*).

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penegakan etika bisnis syariah dalam perdagangan ikan memerlukan sinergi antara kesadaran moral pedagang, pengawasan kelembagaan pasar, serta edukasi konsumen. Dengan demikian, pendekatan *maqāṣid al-syarī'ah* dapat dijadikan kerangka analisis yang komprehensif untuk menilai dan memperkuat praktik bisnis yang berkeadilan dan berorientasi pada kemaslahatan.

Kata kunci: etika bisnis syariah, penjualan ikan, pasar tradisional, *maqāṣid al-syarī'ah*, perlindungan konsumen

A. Pendahuluan

Etika bisnis syariah merupakan salah satu prinsip yang sangat penting dalam transaksi ekonomi Islam, karena berfungsi sebagai pedoman dalam menjaga kejujuran, keadilan, dan keseimbangan dalam setiap aktivitas perdagangan. Prinsip ini mendorong pelaku usaha untuk berperilaku jujur, transparan, dan menghindari berbagai bentuk ketidakadilan dan penipuan yang merugikan konsumen.⁴ Dalam dunia bisnis, etika menjadi landasan untuk menciptakan hubungan harmonis antara pedagang dan konsumen, sehingga tidak hanya berfokus pada keuntungan materi, tetapi juga pada kemaslahatan bersama.⁵

Secara normatif, Islam telah mengatur aktivitas perdagangan melalui prinsip-prinsip etika bisnis syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dalam Fatwa Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad jual beli menegaskan beberapa prinsip fundamental yang harus diterapkan dalam transaksi bisnis Islam, yaitu: (1) prinsip kejujuran (*ash-shidq*), yang mengharuskan pedagang memberikan informasi yang benar tentang kondisi barang; (2) prinsip amanah, yaitu menjaga kepercayaan konsumen dengan tidak menyembunyikan cacat barang; (3) prinsip keadilan (*al 'adl*), yang menuntut penetapan harga yang wajar dan tidak merugikan pihak lain; (4) prinsip transparansi (*al-washihah*), yaitu keterbukaan informasi mengenai kualitas dan kondisi barang yang diperjualbelikan; serta (5) larangan *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan), yang melarang transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian atau penyembunyian informasi penting.⁶

Prinsip-prinsip ini diperkuat oleh dalil-dalil syar'i yang tegas. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Muthaffifin [83]:1-3 : *"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar*

⁴ Antonio, M. S., *Bank Syariah: Teori dan Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 43.

⁵ Ishak, S. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hlm. 71.

⁶ Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Nomor 110/DSN MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli*, Bagian Ketentuan Umum angka 1-5.

atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”⁷ Rasulullah SAW juga memberikan peringatan keras terhadap praktik penipuan dalam hadis yang diriwayatkan oleh Muslim: *“Barang siapa menipu kami, maka ia bukan dari golongan kami.”⁸*

Berdasarkan nash-nash syar'i di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam syariah islam yang diatur dalam Al-Qur'an dan Hadis, jual beli tidak boleh mengandung unsur kecurangan dalam bentuk apapun, baik berupa penipuan mengenai kualitas barang, menyembunyikan cacat, manipulasi harga, maupun ketidakjujuran dalam memberikan informasi kepada pembeli. Setiap transaksi harus didasarkan pada prinsip kejujuran (*ṣidq*), amanah, transparansi, dan keadilan (*'adl*) agar tercipta keseimbangan hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli.⁹

Penerapan etika bisnis syariah sangat relevan diterapkan dalam aktivitas perdagangan di pasar tradisional, termasuk di pasar ikan. Ikan sebagai salah satu komoditas utama di pasar memiliki karakteristik mudah rusak dan cepat menurun kualitasnya apabila tidak dikelola secara baik. Terlebih pasar-pasar yang berada di daerah yang jauh dari kawasan pesisir. Oleh karena itu, kejujuran dan transparansi pedagang dalam menginformasikan kondisi ikan yang dijual menjadi sangat penting. Namun demikian, dalam praktik di lapangan, masih ditemukan berbagai bentuk penyimpangan terhadap prinsip-prinsip etika bisnis syariah tersebut.

Seringkali terjadi di pasar tradisional yang jauh dari kawasan pesisir, praktik curang oleh penjual yang mencampurkan ikan segar dengan ikan sisa penjualan sebelumnya. Praktik ini dilakukan dengan tujuan untuk menghindari kerugian akibat sisa stok yang tidak habis terjual. Ikan yang tidak habis dalam satu hari disimpan dan dicampur dengan stok baru yang datang keesokan harinya. Praktik ini diperburuk oleh pernyataan penjual yang mengklaim bahwa ikan tersebut masih baru, padahal realitanya sudah dicampur dengan

⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), hlm. 587.

⁸ Muslim bin al-Hajjaj, *Sahih Muslim*, Kitab al-Iman, Hadis No. 102.

⁹ Al-Syatibi, *al-Muwafaqat fi Usul al-Syari'ah*, Juz II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2005), hlm. 8-10; Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz 4 (Damaskus: Dar al- Fikr, 1985), hlm. 275-277

ikan lama. Selain itu, pedagang menjual ikan dengan kualitas kurang segar atau ikan sisa kemarin dengan harga yang sama dengan ikan kualitas segar atau ikan baru.

Fenomena ini jelas bertentangan dengan aturan syariah yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadis, yang melarang segala bentuk kecurangan dalam jual beli. Di satu sisi, aturan syariah mengharuskan pedagang untuk bersikap jujur, transparan, dan tidak menyembunyikan cacat atau kekurangan barang dagangan. Namun di sisi lain, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian pedagang masih melakukan praktik yang tidak sesuai dengan prinsip prinsip tersebut, dengan alasan kondisi geografis yang menyulitkan akses terhadap ikan segar dan tekanan ekonomi untuk menghindari kerugian.

Penelitian sebelumnya yang membahas mengenai fokus ini telah menjadi kajian para peneliti terdahulu antara lain; Pertama; Artikel Wahyuni Sri Bintang Romadona dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu”¹⁰, Kedua; Skripsi Siti Nurhalija Rauf dengan judul “Etika Bisnis Islam di Pasar Shoopng Limboto Kabupaten Gorontalo”¹¹, Ketiga; Muthmainnah berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Jual Beli Dalam Pada Pedagang Dipasar Tradisional Peunang Banda Aceh”¹².

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, karena penelitian ini difokuskan untuk membedah masalah pada etika bisnis syariah dalam tinjauan maqashid syariah. Mengapa ini penting? Mengingat penelitian yang berkaitan dengan bagaimana etika bisnis syariah perspektif maqashid syariah terkait permasalahan penjualan ikan tidak segar masih minim dibahas dan digaungkan. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut penelitian diberi judul “Penegakan Etika Bisnis Ditinjau Dari Perspektif Maqasid Al-

¹⁰ Wahyu Sri Bintang Romadona, *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu*: JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan), (2021)

¹¹ Siti Nurhalija Rauf, *Etika Bisnis Islam Dipasar Shoopng Limboto Kabupaten Gorontalo*, (Gorontalo: Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam).

¹² Muthmainnah, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Jual Beli Dalam Pada Pedagang Dipasar Tradisional Peunang Banda Aceh* (Banda Aceh: Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)

Syari'ah Dalam Penjualan Ikan Tidak Segar Di Pasar 23 Maret Kelurahan Gogagoman Kecamatan Kotamobagu Barat.”

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara semi terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi, penyajian, dan verifikasi data.

C. Faktor-faktor Penyebab Praktik Penjualan Ikan Tidak Segar

Sebelum menganalisis permasalahan penjualan ikan tidak segar dengan pisau analisis *maqasid al-syari'ah*, terlebih dahulu perlu dipahami secara komprehensif faktor-faktor yang menyebabkan masih terjadinya praktik penjualan ikan tidak segar di Pasar Tradisional yang jauh dari kawasan pesisir. Faktor-faktor ini muncul dari kombinasi aspek sosial, ekonomi, budaya, dan moral yang saling berkaitan serta memperkuat satu sama lain. Dengan memahami penyebabnya secara faktual, analisis *maqāsid al-syari'ah* nantinya dapat memberikan gambaran yang lebih utuh dan solutif mengenai problematika yang terjadi di lapangan.

Pertama, faktor ekonomi menjadi penyebab dominan yang mendorong sebagian pedagang untuk tetap menjual ikan yang sudah tidak segar, termasuk di dalamnya adalah kemampuan modal yang terbatas oleh pedagang kecil. Modal yang terbatas ini menyebabkan mereka sangat bergantung pada hasil penjualan setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Dalam kondisi seperti itu, ikan yang tidak habis terjual pada hari sebelumnya sering kali tetap dipertahankan untuk dijual kembali keesokan harinya agar tidak mengalami kerugian.

Kedua, keterbatasan sarana penyimpanan dan infrastruktur pasar juga berperan besar dalam memicu penurunan kualitas ikan. Para pedagang kecil di pasar tradisional tidak didukung oleh fasilitas *freezer* untuk memperpanjang kualitas ikan yang dijual. Para pedagang biasanya hanya mengandalkan es batu seadanya untuk menjaga ikan tetap segar.

Ketiga, faktor budaya pasar tradisional yang membolehkan terhadap praktik curang turut memperkuat fenomena ini. Dalam lingkungan pasar, telah terbentuk budaya kolektif yang memaklumi perilaku mencampur ikan lama dengan ikan baru, selama pembeli tidak memprotes. Pedagang cenderung meniru perilaku sesama rekan pasar karena menganggapnya sebagai hal yang wajar dan bagian dari “cara bertahan hidup.” Budaya “asal laku” atau “yang penting habis terjual” menjadi norma tidak tertulis di antara para pedagang. Tentu saja hal ini didukung oleh faktor keempat yaitu kurangnya pengetahuan mengenai etika bisnis dalam Islam dan kesadaran mengenai kesehatan pangan.

Faktor yang terakhir adalah, lemahnya pengawasan dari pemerintah dan pengelola pasar menjadi faktor eksternal yang memperburuk keadaan. Pasar-pasar tradisional belum memiliki mekanisme kontrol yang jelas terhadap standar barang dagangan. Ketidaktegasan dalam menegakkan aturan ini membuat para pedagang merasa aman melakukan praktik curang tanpa khawatir akan sanksi. Padahal, dalam kerangka hukum nasional, sudah terdapat dasar hukum yang mengatur perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menegaskan larangan memperdagangkan barang yang rusak atau tidak layak konsumsi. Namun, lemahnya implementasi aturan di tingkat lapangan menyebabkan prinsip hukum tersebut tidak berjalan efektif.

Akibatnya, pasar menjadi ruang bebas tanpa pengawasan moral dan hukum yang kuat.

Keseluruhan faktor-faktor di atas menunjukkan penjualan ikan tidak segar bukan masalah individu, melainkan fenomena struktural dan kultural yang kompleks. Penjualan ikan tidak segar merupakan hasil dari ketidakseimbangan antara kebutuhan ekonomi, lemahnya sistem pengawasan, rendahnya internalisasi nilai-nilai etika islam dalam aktivitas ekonomi masyarakat.

D. Tinjauan Umum Maqasid Syari'ah

Klasifikasi Maqasid syariah terbagi menjadi tiga tingkatan, yaitu keniscayaan atau *daruriyat*, kebutuhan atau *hajiyyat* dan kelengkapan atau *tahsiniyat*. Daruriyat yaitu sesuatu yang pasti ada di dalam pelaksanaan ke-mashlahat-an untuk agama dan dunia, apabila hal tersebut hilang atau tidak terlaksana maka akan mengancam ke-mashlahat-an, bahkan akan berdampak kepada terjadinya kerusakan (*fasad*) serta mengancam kehidupan di dunia dan di akhirat akan mendapat siksa. Menurut Syatibi, dalam hal dharuriyat ada lima hal yang harus dijaga, yaitu: agama, jiwa, keturunan, harta dan akal. Beberapa pakar Ushul Fikih menambahkan menjaga kehormatan atau *hifz al-'ird* disamping lima sebelumnya.

Untuk menjaga syariat demi ke-mashlahat-an dharuriyat dapat dilaksanakan dengan dua cara, yaitu¹³:

- a. Menjaga dan memeliharanya dari sisi wujud (tetap ada) dengan cara melaksanakan perintah syariat dan mendirikan rukun-rukunnya serta memperkuat pondasinya.

¹³ Ahmad Ar-Raisuni, Muhammad Jamal Barut; 2005, *Ijtihad fiqih Islam : Meretas jalan kebangkitan Umat*, penerjemah: Kamran al-As'ad; editor: Arif Giyanto Solo : Era Intermedia, Al-Hafidz.

- b. Menjaga dan memeliharanya dari sisi '*adam* (tidak ada) dengan cara mencegah atau menghindarkannya dari hal-hal yang dapat mengganggu dan dan membuat ketidakseimbangan pada masa sekarang dan akan datang.

Melihat betapa berbahayanya ikan tidak segar dan sangat beresiko dikonsumsi oleh masyarakat secara luas, maka permasalahan ini merupakan permasalahan dharuriyat. Karena Inti dari konsep maqasid al-syari'ah dalam hukum agama islam ialah untuk mewujudkan kemaslahatan dan menghindari keburukan atau kemudaratannya. Maka, untuk mencapai kemaslahatan, maqasid al-syari'ah dibagi menjadi tiga prioritas secara hirarkis yaitu, al-daruriyyat yang mencakup segala aspek kehidupan. Sehingga apabila al-daruriyyat tidak terpenuhi, maka mustahil hierarki kedua, tahsiniyat dan ketiga hajjiyat tercapai.

E. Analisis Implementasi Etika Bisnis Syariah dan Maqasid Syariah pada penjualan ikan tidak segar

Maqasid al-syari'ah tidak hanya berorientasi pada hasil akhir, tetapi juga pada transformasi kesadaran moral masyarakat. Itulah mengapa etika bisnis syariah dan Maqasid Syariah dipadukan dalam tulisan ini. Dengan pendekatan ini, hukum Islam dan etika bisnis tidak berhenti pada tataran normatif, tetapi menjadi sarana penyucian jiwa dan perbaikan perilaku sosial. Penegakan etika bisnis syariah dalam pasar tradisional harus diarahkan bukan hanya pada penerapan aturan dan sanksi, melainkan pada pembinaan hati dan jiwa pelaku ekonomi agar sadar akan nilai ilahiah di balik aktivitas ekonomi. Transformasi spiritual inilah yang akan melahirkan budaya pasar yang adil, amanah, dan penuh empati sejalan dengan cita-cita maqasid untuk

mewujudkan kemaslahatan bersama. Dengan demikian, kesadaran spiritual bukan sekadar pelengkap sistem ekonomi Islam, melainkan menjadi ruh yang menghidupkan seluruh praktik muamalah agar bernilai ibadah. Implementasi Etika bisnis Syariah tentu bisa dimaksimalkan dengan prinsip-prinsip yang seharusnya dipegang teguh oleh para pedagang; prinsip kejujuran dan transparansi (*sidq wa amanah*) dan prinsip menghindari *gharar* dan *tadlis*.

1. Prinsip Kejujuran dan Transparansi (*Sidq wa Amanah*)

Dalam konsep etika bisnis Islam, prinsip kejujuran (*sidq*) dan amanah menempati posisi yang sangat fundamental karena menjadi fondasi bagi seluruh hubungan ekonomi dan sosial. Kejujuran bukan sekadar nilai moral individual, tetapi merupakan instrumen sosial yang menjamin keadilan dan kepercayaan dalam aktivitas muamalah. Dalam konteks perdagangan, seorang pedagang dituntut untuk menyampaikan kondisi barang dengan benar, tanpa menutupi kekurangan atau menciptakan persepsi palsu demi keuntungan.

Rasulullah SAW sangat menekankan pentingnya kejujuran dalam perdagangan sebagaimana ditegaskan dalam sabdanya:

Artinya: *"Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada."* (HR. Tirmidzi).

Hadis ini menunjukkan posisi mulia bagi mereka yang menjaga integritas dalam aktivitas ekonomi.¹⁴ Kejujuran bukan hanya terkait dengan ucapan, tetapi juga tindakan yang mencerminkan keterbukaan, tanggung jawab, dan niat tulus untuk menghindari kemudharatan bagi orang lain. Lebih jauh, Al-Qur'an memberikan peringatan keras terhadap segala bentuk kecurangan dalam transaksi ekonomi. Q.S al-Muthaffifin ayat 1-3, menjadi

¹⁴ HR. Tirmidzi, Sunan al-Tirmidhi, Kitab al-Buyu', No. 1209.

landasan normatif yang melarang segala bentuk manipulasi ekonomi. Prinsip *sidq* dan *amānah* menuntut agar setiap pelaku usaha berpegang pada asas keterbukaan, tidak hanya dalam aspek fisik barang, tetapi juga dalam niat dan cara memperoleh keuntungan. Dalam perspektif fiqh muamalah, tindakan menyembunyikan cacat barang, mencampur barang lama dengan yang baru, atau menyajikan informasi palsu dikategorikan sebagai *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan), yang keduanya jelas dilarang.¹⁵

Menurut Muhammad Nejatullah Siddiqi, seorang ekonom Islam terkemuka, kejujuran dan amanah dalam bisnis bukan sekadar tuntutan moral, melainkan bagian integral dari sistem ekonomi Islam yang bertujuan menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat. Ia menegaskan bahwa pasar yang sehat dalam Islam hanya dapat terbentuk apabila para pelaku ekonomi memiliki komitmen terhadap nilai-nilai moral.¹⁶ Dalam kerangka ini, pelanggaran terhadap prinsip kejujuran bukan sekadar pelanggaran etika, tetapi juga bentuk pengkhianatan terhadap maqasid al-syari'ah, khususnya dalam aspek *hifz al-mal* (perlindungan harta) dan *hifz al-nafs* (perlindungan jiwa). Distorsi moral seperti menjual ikan tidak segar atau mencampurkan ikan lama dengan ikan baru tanpa penjelasan bukan hanya mengurangi kualitas barang, tetapi juga menghilangkan keberkahan dalam usaha tersebut.

Dalam praktik ekonomi modern, konsep transparansi yang bersumber dari nilai *sidq* dan *amanah* menjadi salah satu prinsip utama dalam good governance dan corporate social responsibility (CSR).

¹⁵ Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz 4 (Damaskus: Dar al-Fikr, al Mu''Asir 1985), hlm. 275-277.

¹⁶ Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Perusahaan Ekonomi dalam Islam*, (Lahore: Islamic Publications Ltd., 1983), hlm 45.

Transparansi menciptakan akuntabilitas yang memungkinkan kepercayaan tumbuh antara produsen dan konsumen. Jika nilai-nilai ini diterapkan secara konsisten, maka akan terbentuk ekosistem bisnis yang adil, berkeadilan sosial, dan berkelanjutan.¹⁷ Menurut Yusuf al-Qaradawi, kejujuran merupakan asas utama dalam hubungan muamalah karena menjadi cerminan keimanan seseorang.¹⁸ Ia menegaskan bahwa seorang Muslim yang tidak amanah berarti telah kehilangan sebagian imannya, sebab amanah adalah ciri orang beriman. Dengan demikian, bisnis yang dijalankan tanpa prinsip kejujuran dan amanah bukan hanya mencederai konsumen, tetapi juga menghilangkan nilai ibadah dari aktivitas ekonomi itu sendiri. Dengan demikian, prinsip *sidq wa amanah* tidak boleh dianggap sekadar norma etis tambahan, melainkan pilar utama dalam pembentukan keadilan ekonomi Islam. Dalam konteks penjualan ikan tidak segar yang dicampur dengan ikan baru tanpa pemberitahuan, praktik semacam ini bertentangan langsung dengan nilai-nilai keislaman. Pelaku usaha yang demikian bukan hanya menipu konsumen, tetapi juga menodai kehormatan profesi pedagang yang dalam Islam sangat dimuliakan. Sebagaimana dinyatakan oleh Imam al-Ghazali, perdagangan yang *sahih* adalah yang dijalankan dengan niat untuk mencari rezeki yang halal dan keberkahan, bukan untuk menipu atau menzalimi pihak lain.¹⁹ Dengan demikian, penerapan kejujuran dan amanah bukan hanya kewajiban moral, melainkan

¹⁷ Chapra, M. Umer, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, (Leicester: The Islamic Foundation, 1992), hlm 120.

¹⁸ Yusuf al-Qaradawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm. 87-89.

¹⁹ Imam al-Ghazali, *Ihya' Ulum al-Din*, Juz 2 (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2002), hlm. 68.

tanggung jawab syar'i yang menentukan keberkahan dan legitimasi usaha dalam pandangan Islam.

2. Prinsip menghindari *Gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan dan penyamaran kualitas barang)

Larangan terhadap *gharar* (ketidakjelasan) dan *tadlis* (penipuan atau penyamaran kualitas barang) merupakan prinsip fundamental yang menjaga keadilan dan kejujuran dalam aktivitas ekonomi. *Gharar* secara terminologis berarti suatu keadaan yang mengandung ketidakpastian, penipuan, atau risiko yang tidak diketahui akibat tidak jelasnya objek, harga, atau waktu dalam suatu akad. Larangan ini memiliki tujuan syar'i untuk menghindarkan kedua belah pihak dari perselisihan dan kerugian yang timbul akibat ketidakterbukaan informasi. Menurut al-Ghazali dalam *Ihya' 'Ulum al-Din*, *gharar* terjadi ketika informasi penting tentang barang atau jasa tidak dijelaskan secara memadai kepada pembeli, sehingga menimbulkan unsur penipuan atau ketidakpastian yang berpotensi merugikan.²⁰ Prinsip ini menegaskan bahwa dalam Islam, setiap transaksi wajib dilandasi oleh kejelasan (*bayan*) dan kejujuran (*sidq*), agar keadilan dan kemaslahatan ekonomi dapat terwujud. *Gharar* sering kali muncul dalam bentuk antara lain menyembunyikan cacat barang, ketidakpastian jumlah atau kualitas, serta kondisi barang yang tidak sesuai dengan yang disepakati. Rasulullah SAW secara tegas melarang transaksi yang mengandung unsur *gharar*, sebagaimana diriwayatkan oleh Abu Hurairah:

²⁰ Abu Hamid al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum al-Din*, Juz 2 (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2002), hlm. 75-76.

Artinya: “*Rasulullah melarang jual beli yang mengandung gharar.*” (HR. Muslim)²¹

Larangan ini tidak hanya bersifat ritual, tetapi juga rasional karena ketidakpastian dalam transaksi dapat menciptakan ketidakadilan struktural dan menurunkan kepercayaan sosial dalam pasar. Oleh karena itu, Islam menempatkan kejelasan sebagai syarat sah dalam akad jual beli. Dalam konteks ekonomi kontemporer, larangan *gharar* juga relevan untuk mencegah praktik manipulatif dalam pemasaran, seperti iklan menyesatkan, rekayasa harga, atau penjualan produk yang tidak sesuai spesifikasi.

Sementara itu, *tadlis* adalah praktik menipu atau menyembunyikan cacat barang dengan tujuan untuk menyesatkan pihak lain. *Tadlis* dapat berupa ucapan, perbuatan, maupun tindakan yang menimbulkan persepsi salah terhadap kualitas barang yang diperjualbelikan. Dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Muslim, Rasulullah SAW menemukan seorang pedagang yang menaruh gandum basah di bawah tumpukan gandum kering. Ketika beliau menanyakan alasannya dan pedagang itu menjawab bahwa bagian bawahnya lembab karena hujan, Rasulullah bersabda: “*Mengapa tidak engkau letakkan di atas agar orang melihatnya? Barang siapa menipu, maka ia bukan golonganku.*”²² Hadis ini menegaskan bahwa praktik *tadlis* bertentangan dengan prinsip amanah dan kejujuran yang menjadi identitas seorang Muslim. Dengan demikian, segala bentuk penyamaran kualitas barang, termasuk dalam penjualan ikan tidak segar yang dicampur dengan ikan baru, jelas termasuk perbuatan *tadlis* yang tercela.

²¹ HR. Muslim, Sahih Muslim, Kitab al-Buyu', No. 102.

²² HR. Muslim, Sahih Muslim, Kitab al-Iman, No. 102

Menurut Wahbah al-Zuhaili, larangan terhadap *gharar* dan *tadlis* memiliki dasar maqasid yang kuat, yaitu untuk menjaga *hifz al-māl* (perlindungan harta) dan *hifz al-nafs* (perlindungan jiwa).²³ Jika pembeli dirugikan akibat informasi yang disembunyikan, maka terjadi pelanggaran terhadap keadilan distributif dalam muamalah. *Gharar* dan *tadlis* tidak hanya menghilangkan keberkahan dalam jual beli, tetapi juga menimbulkan ketidakstabilan sosial karena mengikis kepercayaan antar pelaku ekonomi. Dalam konteks penelitian ini, praktik menjual ikan tidak segar dengan menyatakan seolah-olah ikan tersebut masih baru, merupakan bentuk nyata dari *gharar* dan *tadlis*, karena pembeli tertipu mengenai kondisi barang yang sebenarnya. Perilaku semacam ini mencerminkan distorsi moral dan pelanggaran terhadap prinsip keadilan yang menjadi ruh dalam hukum Islam. Dengan demikian larangan *gharar* dan *tadlis* bukan hanya sekadar ketentuan fiqh klasik, tetapi merupakan prinsip universal yang mengatur integritas dan transparansi dalam sistem ekonomi Islam. Islam menuntut agar setiap pelaku usaha mengedepankan kejelasan dan keterbukaan sebagai bentuk tanggung jawab moral dan spiritual. Sebagaimana ditegaskan oleh Mustafa al-Zarqa, setiap transaksi yang dilakukan tanpa transparansi berarti melanggar asas tolong menolong (*ta'awun*) dan kejujuran yang menjadi fondasi hubungan sosial.²⁴ Oleh sebab itu, kejujuran dalam perdagangan bukan hanya bentuk ketaatan hukum, tetapi juga manifestasi dari iman dan moralitas seorang Muslim. Praktik seperti menjual ikan lama sebagai ikan baru mencerminkan pengabaian terhadap

²³ Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz 4 (Damaskus: Dār al-Fikr, 1985), hlm. 276–278.

²⁴ Mustafa al-Zarqa, *al-Madkhal al-Fiqhi al-‘Amm*, Juz 1 (Beirut: Percetakan Dār al-Fikr, 1967), hlm. 341.

nilai-nilai ilahiah dan dapat menjerumuskan pelaku pada dosa ekonomi yang menghapus keberkahan dalam rezeki.

F. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa praktik penjualan ikan tidak segar di Pasar 23 Maret Kelurahan Gogagoman Kecamatan Kotamobagu Barat belum sepenuhnya mencerminkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah. Praktik mencampur ikan lama dengan ikan baru serta penjualan ikan yang mengalami penurunan kualitas tanpa penyampaian informasi yang jujur kepada konsumen merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip kejujuran (*ṣidq*), amanah, dan transparansi. Dalam perspektif hukum Islam, praktik tersebut termasuk dalam kategori *gharar* dan *tadlīs* yang secara tegas dilarang karena mengandung unsur penipuan dan merugikan pihak konsumen.

Ditinjau dari perspektif *maqāṣid al-syarī'ah*, praktik penjualan ikan tidak segar tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga berimplikasi pada perlindungan jiwa (*ḥifẓ al-nafs*) dan perlindungan harta (*ḥifẓ al-māl*). Konsumsi ikan yang tidak layak berpotensi membahayakan kesehatan konsumen, sementara ketidakjujuran dalam transaksi menyebabkan kerugian material serta mengikis kepercayaan masyarakat terhadap pelaku usaha di pasar tradisional. Oleh karena itu, praktik tersebut bertentangan dengan tujuan utama syariat Islam dalam mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kemudaratannya.

Penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan *maqāṣid al-syarī'ah* merupakan kerangka analisis yang komprehensif dalam menilai praktik perdagangan, karena mampu mengintegrasikan dimensi hukum, moral, dan sosial secara utuh. Dengan demikian, penegakan etika bisnis syariah dalam perdagangan ikan menjadi kebutuhan mendesak untuk menciptakan sistem pasar yang adil, amanah, dan berorientasi pada perlindungan konsumen.

G. Daftar Pustaka

Auda, Jasser. *Maqāṣid al-Sharī'ah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. London: The International Institute of Islamic Thought, 2008.

Auda, Jasser. *Maqāṣid al-Syarī'ah sebagai Filsafat Umum Hukum Islam: Pendekatan Sistem*. Diterjemahkan oleh Ali Abdelmon'im. Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2013.

Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

DSN–MUI. *Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli*. Jakarta: DSN–MUI, 2017.

Ghazali, Abu Hamid al-. *Ihyā' 'Ulūm al-Dīn*. Juz II. Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2002.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2020.

Qaradawi, Yusuf al-. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sekretariat Negara.

Siddiqi, Muhammad Nejatullah. *Muslim Economic Thinking: A Survey of Contemporary Literature*. Leicester: The Islamic Foundation, 1981.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2022.

Zuhaili, Wahbah al-. *al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuhū*. Juz IV. Damaskus: Dār al-Fikr, 1985.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

PENEGAKAN ETIKA BISNIS DITINJAU DARI PERSPEKTIF MAQASID AL-SYAR'AH DALAM
PENJUALAN IKAN TIDAK SEGAR DI PASAR 23 MARET KELURAHAN GOGAGOMAN KECAMATAN
KOTAMOBAGU BARAT