

## QS. AN-NISA' AYAT 29: STUDI PERILAKU MIKRO PEDAGANG MUSLIM

<sup>1</sup>Muhammad Rozanulhaq, <sup>2</sup>Ismail Yusanto

<sup>12</sup>Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

<sup>1</sup>rozanfatih15@gmail.com, <sup>2</sup>ismailyhamfara@gmail.com

### Abstrak

Tujuan artikel ini untuk mengetahui perilaku pedagang muslim ketika menawarkan produk-produknya, apakah sudah menjalankan ajaran al-Qur'an khususnya QS. an-Nisa ayat 29 atau belum, mengenai *an taroodlin minkum*. Metode mendapatkan informasi untuk mengetahui perilaku tersebut dengan cara wawancara dan kajian dokumentasi, mempelajari kandungan isi al-Qur'an terutama Surat an-Nisa' ayat 29 dan melacak beberapa informasi dari beberapa sumber, seperti: kitab tafsir, buku-buku referensi, artikel-artikel yang sudah publis di jurnal, dan sebagainya. Peneliti juga melakukan observasi langsung ke beberapa toko milik pedagang muslim. Pencermatan dan pembacaan yang serius dan mendalam terhadap sumber-sumber informasi tersebut menghasilkan temuan bahwa perilaku pedagang muslim banyak yang belum mencerminkan ajaran Islam terutama dalam mengamalkan QS. an-Nisa ayat 29 karena ketidaktahuan mereka tentang ridlo.

**Kata Kunci:** Ekonom muslim, Perdagangan Islam, Ridlo

### المخلص

الغرض من هذه المقالة هو معرفة سلوك التجار المسلمين عند عرض منتجاتهم ، سواء كانوا قد نفذوا تعاليم القرآن ، وخاصة في سورة النساء الآية 29 أو لم تكن بعد بخصوص "عن تراض منكم. طريقة الحصول على المعلومات لمعرفة هذا السلوك عن طريق المقابلات والدراسات التوثيقية، ودراسة محتوى القرآن وخاصة سورة النساء الآية 29 وتتبع بعض المعلومات من عدة مصادر، مثل: كتب التفسير، والكتب المرجعية، والمقالات التي تم نشرها في المجلات، وهكذا. كما قدم الباحثون ملاحظات مباشرة إلى العديد من المتاجر التي يملكها التجار المسلمون. أدى الفحص الدقيق والمتعمق وقراءة مصادر المعلومات هذه إلى اكتشاف أن سلوك العديد من التجار المسلمين لا يعكس تعاليم الإسلام ، خاصة في ممارسة القرآن سورة النساء الآية 29 بسبب جهلهم بالرضا.

**الكلمات المفتاحية:** خبير اقتصادي مسلم ، تجارة إسلامية ، رضا

## PENDAHULUAN

Perdagangan di era sekarang banyak dipengaruhi oleh globalisasi kapitalisme (Masitha, 2010). Terutama pasca ratifikasi Indonesia atas perjanjian perdagangan bebas dunia (Fathoni, 2017; Nizar, 2014; Syarip, 2020). Habitat berdagang umat Islam di Indonesia juga demikian, dipengaruhi oleh sistem ekonomi Kapitalisme. Perdagangan modern bahkan menggerus budaya dan tradisi berniaga masyarakat, terutama di pasar-pasar tradisional atau pasar-pasar rakyat (Ariyani, 2019; Sudjilah, 2020; Supriyanto, 2009; Syihab et al., 2022).

Pedagang muslim bahkan pemilik usaha, misalnya swalayan-swalayan tertentu, toko-toko tertentu, bahkan juga pedagang di Pasar Tradisional biasanya lebih suka mereka memberikan harga suatu barang dengan tanpa ditawar (Nurjihadi & Dharmawan, 2016; Sarwoko, 2008). Padahal tawar menawar merupakan bentuk *ijab qabul* yang secara jelas mencerminkan dari tidak adanya paksaan dalam jual beli, mengisyaratkan pula ada hubungan yang halal dari penjual dan pembeli dalam melakukan ibadah muamalah kemanusiaan (Tumiwa et al., 2023). Tawar-menawar sebagai tradisi jual-beli dalam Islam menjadi hilang oleh sifat rakus seakan memaksa akibat keinginan mendapatkan keuntungan materi belaka (Dzikri & Utomo, 2024; Setiyowati et al., 2023). Ironisnya bahkan hal ini juga dipraktikkan oleh umat Islam yang memahami agama, meski terkadang karena alasan seperti pandemi, dan sebagainya (Rifai & Utomo, 2023).

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui perilaku pedagang muslim khususnya ketika melakukan penawaran produk-produknya, apakah sudah menjalankan ajaran al-Qur'an khususnya QS. an-Nisa ayat 29 atau belum mengenai *an taroodlin minkum*. Relevansi penelitian ini terhadap kondisi sekarang adalah sebagai bentuk dakwah ekonomi Islam dengan turut memberikan kesadaran khususnya kepada pengambil manfaat dari artikel sederhana ini, dan secara umum kepada pedagang muslim dan pejuang ekonomi Islam dalam purifikasi ekonomi Islam.

## METODE PENELITIAN

Metode mendapatkan informasi untuk mengetahui perilaku tersebut dengan cara wawancara dan kajian dokumentasi, mempelajari kandungan isi al-Qur'an terutama Surat an-Nisa' ayat 29 dan melacak beberapa informasi dari beberapa sumber, seperti: kitab tafsir, buku-buku referensi, artikel-artikel yang sudah publis di jurnal, dan sebagainya. Peneliti juga melakukan observasi langsung ke beberapa toko milik pedagang muslim. Pencermatan dan pembacaan yang serius dan mendalam terhadap sumber-sumber informasi tersebut merupakan bentuk analisis konten dalam penelitian sederhana ini.

## HASIL DAN DISKUSI

Hasil temuan penelitian sederhana ini yaitu bahwa perilaku pedagang muslim banyak yang belum mencerminkan ajaran Islam terutama dalam mengamalkan QS. an-Nisa ayat 29 karena ketidaktahuan mereka tentang ridlo. Padahal Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu"* (QS. An-Nisa' 4: Ayat 29).

Utomo (2023a) memasukkan ayat di atas sebagai ayat ekonomi Islam yang memandu mereka dalam melakukan perdagangan. Islam mengajarkan perdagangan dengan akad-akad yang memiliki rukun, misalnya rukun dalam jual beli ada tiga, yaitu: *aqidain*, *shighot*, dan *ma'qud alaih* (Fitria, 2017; Ghani et al., 2020; Hanafi, 2015; Haziq, 2023; A. A. Kurnia, 2023). Meskipun tidak didzohirkan, kerelaan dalam jual beli antara penjual dan pembeli merupakan perkara yang penting sebagai tanda jual-beli mereka karena Allah SWT, sebagai bentuk ibadah kepada-Nya (Abdurrahman, 2014; Adzkiya', 2020; Alim, 2021; Azizah & Hariyanto, 2021; Edwar, 2016; Syaparuddin & Utami, 2019).

Tawar menawar dalam jual-beli menjadi perkara vital sebagai bentuk hubungan interaksi antar manusia yang menjadi simbol ibadah kepada Allah SWT. Tawar menawar menjadi diremehkan akibat dampak dari modernisasi (Sarwoko, 2008). Pedagang yang melakukan tawar menawar sesungguhnya dia sedang menjalankan praktik ekonomi Islam dengan baik, yaitu meminimalisir berlaku curang seperti: penetapan harga yang melampaui batas, memberatkan timbangan, dan sebagainya (Ibrahim, 2021; Noor, 2013; Qomariyah, 2023; Sudjilah, 2020; Superti et al., 2017).

Perilaku tawar-menawar antar konsumen dan penjual sesungguhnya menempatkan diri mereka sebagai pihak-pihak yang sejajar, bukan pihak yang berat sebelah, baik berat pada sisi penawaran maupun berat di sisi permintaan sehingga antara yang miskin dan yang kaya menjadi sejajar (Aditya & Utomo, 2024). Tawar-menawar, meskipun mungkin secara perputaran keuangan menjadi lambat, maka sebetulnya bisa memutus lingkaran kemiskinan akibat sistem kapitalisme (Utomo, 2023b). Perilaku ekonomi mikro berupa tawar-menawar ini perlu ditradisikan kembali, meskipun sekarang masih berlaku di pasar-pasar tradisional (Zorbari-Nwitambu & Kalu, 2018). Perlu ada strategi khusus terutama dalam menghadapi globalisasi ekonomi yang secara kasat mata membedakan antara pasar tradisional dan pasar modern (Yusmalina et al., 2021).

## **PENUTUP KESIMPULAN**

Simpulan dari artikel ini adalah temuan perilaku pedagang muslim ketika menawarkan produk-produknya belum mencerminkan dari kandungan QS. an-Nisa ayat 29 mengenai *an taroodlin minkum*. Habitat bisnis mereka yang dipengaruhi oleh sistem ekonomi Kapitalisme menjadikan mereka sibuk mengejar kebutuhan materi berupa keuntungan sehingga tidak mementingkan unsur *ridlo* dalam jual-beli. Ridlo atau kerelaan cukup diwakili oleh perbuatan menerima barang-barang yang dijual-belikan meskipun tanpa ada tawar menawar mengenai harga. Padahal perkara ini bisa jatuh pada aspek pemaksaan yang terselubung oleh pedagang yang punya barang terhadap pembeli yang membutuhkannya. Tawar-menawar yang baik bisa menjadikan pelaku ekonomi memiliki etika yang sama sehingga adil dalam menjalankan praktik ekonomi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Y. (2014). *Kumpulan Silsilah Jawaban asy-Syaikh al- ' Alim Atha ' bin Khalil Abu ar -Rasytah Amir Hizbut Tahrir Atas Pertanyaan di Akun Facebook Beliau Silsilah Jawaban Mei 2013 – Mei 2014 Dikumpulkan dan Diterjemahkan oleh : Yahya Abdurrahman ( Yoyok Rudianto ) Jun.*
- Aditya, F. A., & Utomo, Y. T. (2024). EKONOMI ISLAM : PONDASI KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 2(November 2023), 119–127.
- Adzkiya', U. (2020). Analisis Maqashid Al-Syariah dalam Sistem Ekonomi Islam dan Pancasila. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, X(1), 23–35.
- Alim, S. (2021). DIMENSI RELIGIUSITAS DALAM BISNIS (Studi Pada Pedagang Kuliner di Pasar Beringharjo Yogyakarta). *EL-HIKAM: Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman*, XIV, 1–16.
- Ariyani, N. (2019). Penataan Pasar-Pasar Tradisional Di Indonesia Berdasarkan Teori “Von Stufennaufbau De Rechtsordnung.” *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 7(2), 23.
- Azizah, M., & Hariyanto, H. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Konsep Green Economics. *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum*, 10(2), 237. <https://doi.org/10.14421/sh.v10i2.2392>
- Dzikri, M. P., & Utomo, Y. T. (2024). AYAT-AYAT AL- QUR ' AN : PURIFIKASI AJARAN EKONOMI ISLAM. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 2(5), 36–43.
- Edwar, A. (2016). Hukuman Tindak Pidana Korupsi di Indonesia dalam Perspektif Fiqh. *Al-Marhalah: Jurnal Pendidikan Islam*, 15(2), 1–23.
- Fathoni, F. (2017). Masyarakat Ekonomi Asean (Mea) 2015 Dan Tantangan Negara Kesejahteraan. *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, 24(2), 124–134. <https://doi.org/10.33369/jsh.24.2.124-134>
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>
- Ghani, S. ruzana ab, Omar, R., Mat Enh, A., & Kamarudin, R. (2020). Peranan Koperasi dalam Dakwah Ekonomi Gerakan Islam di Malaysia Sehingga Tahun 2019. *'Abqari Journal*, 23(1), 84–110. <https://doi.org/10.33102/abqari.vol23no1.186>

- Hanafi, H. (2015). Akad Jual Beli Dalam Tradisi Pasar Terapung Masyarakat Banjar. *Al-Tahrir*, 15(1), 201–217.
- Haziq, A. (2023). Koperasi Pembangunan Islam Malaysia , Membangun Ekosistem Baru : Sebuah Kajian Normatif Syirkah Islam. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 1(1), 1–12.
- Ibrahim, A. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam* (R. I. A. M. S. N. L. T. Sakti (ed.)). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Kurnia, A. A. (2023). MONOPOLI BRAND MINIMARKET OLEH KORPORASI ( PELAJARAN DARI HADITS EKONOMI ISLAM ). *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1(1), 42–48.
- Masitha, A. I. (2010). Dampak sosial ekonomi revitalisasi pasar tradisional terhadap pedagang. *Jurnal Sosek Pekerjaan Umum*, 2(1), 41–55.
- Nizar, M. (2014). Dampak Asean Economic Community Terhadap Sektor Industri dan Jasa Serta Tenaga Kerja di Indonesia. *Nomor Lap- 10/KF.4/2014*, 109. [https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/kajian\\_dampak\\_asean.pdf](https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/kajian_dampak_asean.pdf)
- Noor, A. (2013). Perlindungan Di Tengah Ekspansi Pasar Ritel Modern. *Economica*, IV(2), 107–120.
- Nurjihadi, M., & Dharmawan, A. H. (2016). Lingkaran Setan Kemiskinan Dalam Masyarakat Pedesaan, Pulau Lombok. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 120–127.
- Qomariyah. (2023). Etika Konsumen Pelaku Pasar : *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1(1), 6–11.
- Rifai, R. N., & Utomo, Y. T. (2023). BISNIS KULINER DI MASA PANDEMI COVID 19. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 1(April), 24–31.
- Sarwoko, E. (2008). Dampak Modernisasi Keberadaan Pasar Modern terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4(2), 97–115. <https://doi.org/10.21067/jem.v4i2.880>
- Setiyowati, A., Utomo, Y. T., Yusup, M., Santoso, I. R., Sulistyowati, Bahri, E. H., Arini, E. Z., Sutrisno, Suriabagja, A., Mubarrak, H., & Pratiwi, A. (2023). *Green Economy Dalam Perspektif Syariah* (R. Kurnia (ed.)). Az-Zahra Media Society. <http://azzahramedia.com/green-economy-perspektif-syariah/>
- Sudjilah. (2020). REVITALISASI PASAR RAKYAT DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN DAN PENDAPATAN PEDAGANG. *Akademika*, 18(2), 137–149.

- Superti, I., Islam, J. E., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Raden, U. I. N., & Lampung, I. (2017). *Analisis manajemen pengelolaan pasar tradisional guna meningkatkan pendapatan pedagang kecil dalam perspektif ekonomi islam*.
- Supriyanto. (2009). Memahami Cara Bekerja Sistem Perekonomian. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 6(November), 192–205.
- Syaparuddin, & Utami, S. (2019). *Islam dan Pasar Tradisional*. TrustMedia Publishing.
- Syarip, R. (2020). Defending Foreign Policy at Home: Indonesia and the ASEAN-Based Free Trade Agreements. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 39(3), 405–427. <https://doi.org/10.1177/1868103420935556>
- Syihab, M. B., Utomo, Y. T., & Yusanto, I. (2022). Mengatasi Ancaman Pasar Bebas Pada Ketahanan Pangan Nasional Dengan Ekonomi Islam. *Youth Islamic Economic Journal*, 03(01), 36–45.
- Tumiwa, R. A. F., Ningsih, G. M., Romarina, A., Setyadjit, Slamet, B., Waruwu, E., Ie, M., & Utomo, Y. T. (2023). Investigating halal food Supply chain management, halal certification and traceability on SMEs performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(4), 1889–1896. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.6.003>
- Utomo, Y. T. (2023a). *AL-QUR'AN: EKONOMI, BISNIS, DAN ETIKA* (Issue March). Global Aksara Press.
- Utomo, Y. T. (2023b). Breaking the Vicious Cycle of Poverty. *Tsarwatica*, 05(1), 1–6. <https://doi.org/10.35310>
- Yusmalina, Tegor, Haqiqi, F., Rosady, R. E., & Azura, N. (2021). Comparative Analysis of Staretegi Traditional Market and Modern Markets of Consumer Valuation. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 18–25. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i11.3039> Abstract
- Zorbari-Nwitambu, B., & Kalu, S. E. (2018). Traditional market days and branding strategies in Marketing. *International Journal of Contemporary Applied Researches*, 5(1), 36–48. [www.ijcar.net](http://www.ijcar.net)