

## Implementasi Konsep Religius (Diniyah) dan Jujur Dalam Perdagangan

**Aufa Saffanah Fitri S.**

Fakultas Hukum, Universitas Indonesia  
([aufahsaffanah@gmail.com](mailto:aufahsaffanah@gmail.com))

**Seta Mahardika Caesar.W**

Fakultas Hukum, Universitas Indonesia  
([aufahsaffanah@gmail.com](mailto:aufahsaffanah@gmail.com))

**Ninie Mumpuni Sri Rejeki**

Fakultas Hukum, Universitas Indonesia  
([aufahsaffanah@gmail.com](mailto:aufahsaffanah@gmail.com))

**Muhammad Tun Samudra**

Fakultas Hukum, Universitas Indonesia  
([aufahsaffanah@gmail.com](mailto:aufahsaffanah@gmail.com))

**Gemala Dewi**

Fakultas Hukum, Universitas Indonesia  
([aufahsaffanah@gmail.com](mailto:aufahsaffanah@gmail.com))

### Abstract

*Honesty is a milestone in civilized society. Honesty means what a person says according to his conscience. Honest can also be defined as someone who is clean in heart from actions prohibited by religion and law. In Islam, honesty is a fundamental requirement in doing business activities, being honest is not only when explaining goods / products to be sold, but begins with good intentions, and then implemented in the form of religious marketing (dinniyah) and promotion that reflects truth, justice and honesty with the community, does not contain elements of trickery that will cause harm to buyers, and will also be bad for sellers. Trade or sale and purchase transactions must be based on honesty, this honesty applies comprehensively and not partially, starting from the intention to worship Allah, carrying out a marketing process with a promotion that is not misleading until an agreement on the sale and purchase is reached so that the process of delivering goods occurs.*

**Keywords:** *concept, religious, honest.*

### **Abstrak**

Kejujuran merupakan tonggak dalam kehidupan masyarakat yang beradab. Kejujuran berarti apa yang dikatakan seseorang itu sesuai dengan hati nuraninya. Jujur dapat pula diartikan seseorang yang bersih hatinya dari perbuatan-perbuatan yang dilarang oleh agama dan hukum. Dalam Islam kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan berbisnis, Jujur tidak hanya pada saat menjelaskan barang/produk yang akan dijual, namun diawali dengan niat yang baik, dan selanjutnya diimplementasikan dalam bentuk pemasaran/marketing yang religious (dinniyah) dan Promosi yang merefleksikan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat, tidak mengandung unsur tipu muslihat yang akan menimbulkan kerugian kepada pembeli, dan juga akan berdampak buruk bagi penjual. perdagangan atau transaksi jual beli harus dilandasi kejujuran, kejujuran ini berlaku secara komprehensif tidak partial, dimulai dari niat untuk beribadah kepada Allah, melakukan proses pemasaran dengan promosi yang tidak menyesatkan sampai saat kesepakatan atas jual beli tercapai sehingga proses penyerahan barang terjadi.

**Kata kunci:** *konsep, religius, jujur.*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Awal mula sejarah perdagangan ketika peradaban manusia semakin berkembang. Kebutuhan manusia semakin beragam, namun di sisi lain manusia juga memiliki keterbatasan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Sejak itulah manusia berupaya memenuhi kebutuhan hidup yang tidak dapat diproduksi sendiri dengan melakukan pertukaran dengan komoditi yang dimilikinya. Praktik perdagangan merupakan masalah sentral dalam seluruh sendi perekonomian masyarakat. Roda kehidupan bergulir karena adanya pemenuhan kebutuhan melalui perdagangan, apalagi dalam dunia modern telah terjadi spesialisasi dalam bidang pekerjaan dan keahlian. Akibatnya, semua manusia saling tergantung satu sama lain. Tuntutan efisiensi dan produktifitas yang tinggi makin mengukuhkan terjadinya divisi tenaga kerja dan spesialisasi dalam dunia pertanian dan industri. Inilah yang menjadi salah satu faktor mengapa dunia perdagangan sulit untuk dihindari dalam perekonomian masyarakat.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Bogor: Al-Azhar Press 2009), h. 231.

Islam mengatur hubungan yang kuat antara akhlak, akidah, ibadah, dan muamalah. Aspek muamalah merupakan aturan main bagi manusia dalam menjalankan kehidupan sosial, sekaligus merupakan dasar untuk membangun sistem perekonomian yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Ajaran muamalah akan menahan manusia untuk menghalalkan segala cara untuk mencari rezeki. Muamalah mengajarkan segala cara untuk memperoleh rezeki dengan cara yang halal dan baik. Untuk menghindari *muḍarat* setiap orang dituntut memenuhi kebutuhan hidupnya dengan saling membutuhkan satu sama lain dan tidak bisa hidup tanpa adanya transaksi. Fakta inilah yang menyebabkan terjadi transaksi jual beli.<sup>2</sup>

Kejujuran merupakan tonggak dalam kehidupan masyarakat yang beradab. Kejujuran berarti apa yang dikatakan seseorang itu sesuai dengan hati nuraninya. Jujur dapat pula diartikan seseorang yang bersih hatinya dari perbuatan-perbuatan yang dilarang oleh agama dan hukum. Orang yang menepati janji atau menepati kesanggupan, baik yang telah terlahir dalam kata-kata maupun yang masih dalam hati dapat dikatakan jujur. Sedangkan bagi orang yang tidak menepati janji maka orang tersebut dikatakan tidak jujur. Setiap orang hendaknya dapat bersikap jujur karena kejujuran dapat mendatangkan ketenteraman hati, menghilangkan rasa takut, dan mendatangkan keadilan.<sup>3</sup>

Dewasa ini dengan perkembangan zaman dan teknologi perdagangan merupakan aktivitas yang sangat kompleks karena terkait berbagai kegiatan bisnis dan dipengaruhi serta ditentukan oleh banyak faktor, seperti organisasi-manajerial, ilmiah-teknologis dan *politic social cultural*. Oleh karena itu, para pelaku usaha (pedagang) sekarang dituntut untuk memiliki profesionalisme yang tinggi agar maju, terhindar dari kehancuran dan gulung tikar. Hanya saja sikap profesional yang dimaksudkan adalah kemampuan teknis menyangkut keahlian dan ketrampilan yang terkait dengan bisnis manajemen, produksi, pemasaran, keuangan, personalia, dan seterusnya demi mendatangkan keuntungan yang besar.<sup>4</sup>

Namun realitanya, di zaman sekarang masyarakat banyak yang tertipu dengan

---

<sup>2</sup> *Ibid.*, h. 232.

<sup>3</sup> Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Dalam Islam Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis* dalam *Jurnal Hukum Islam*, Vol. IV, No. 2, (Desember: 2005), h. 4

<sup>4</sup> Nur Chamid, *Marketing Syariah sebagai Perangkat dalam Menjalankan Bisnis Beretika dan Trend Bisnis Dunia Global*, Jurnal Al'Adi, Vol. 7, No. 1 (Januari: 2014), h.2

para pelaku usaha yang bersikap tidak jujur, yaitu dengan menjual atau menawarkan barang namun tidak sesuai apa yang diharapkan para pembeli. Hal inilah yang mendasari penulisan ini karena banyak pembeli yang merasa teripu dan terjebak atas permainan perdagangan seperti ini. Alhasil banyak dari pembeli yang merasa hal ini merupakan salah satu jebakan dalam melakukan suatu transaksi jual beli yang tidak jujur dengan dalih marketing demi mencapai tujuan tertentu dari para pedagang. Dan hal ini sangat merugikan para pembeli dan sebagai bukti bahwa rendahnya perlindungan konsumen di Indonesia.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembahasan, rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penulisan ini adalah:

1. Bagaimana implementasi spritualisme dan jujur dalam perdagangan?
2. Bagaimana contoh kasus perdagangan yang tidak jujur di Indonesia?

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Kasus Perdagangan Tidak Jujur**

##### **1. Kasus iklan Nissan March antara PT. Nissan Motor Indonesia Melawan Ludmilla Arif<sup>5</sup>**

Berawal dari Iklan Mobil Nissan March dengan Jargon '*city car*' dan '*irit*' yang telah mengelabui konsumennya. Salah satu konsumen yang keberatan dengan iklan tersebut adalah Ludmilla Arief. Ia termasuk konsumen yang merasa dikelabui saat membeli kendaraan roda empat merek Nissan March. Jargon '*city car*' dan '*irit*' telah menarik minatnya untuk membeli mobil tersebut pada tanggal 7 Maret 2013, di showroom Nissan Warung Buncit, Jakarta Selatan.

Setelah sebulan ia menggunakan mobil tersebut, Ludmilla merasakan sesuatu yang aneh, ia merasa bahwa mobil Nissan March yang ia beli memakan bahan bakar yang tidak sesuai dengan iklan yang sebelumnya menarik minatnya.

---

<sup>5</sup> Putusan Mahkamah Agung Nomor 659K/Pdt.Sus/2012

Ia merasa jargon ‘irit’ dalam iklan tak sesuai kenyataan, malah sebaliknya boros bahan bakar.

Karena penasaran Milla mencoba menelusuri kebenaran janji ‘irit’ tersebut dengan menghitung jarak tempuh kendaraan dan konsumsi bensin, setelahnya dia menemukan bahwa mobil tersebut tidak masuk dalam kategori irit yang artinya boros. Dia tertarik membeli mobil itu lantaran dalam iklan dan brosurinya menyebutkan kendaraan tersebut irit BBM. 18 (delapan belas) Km (Kilometer) yang ditempuh hanya membutuhkan 1 liter bensin.

Namun, apa yang dialami Ludmilla berbeda jauh dengan apa yang diimingi. Konsumsi bahan bakar Nissan March versi *automatic* yang dibelinya ternyata hanya 1:8 (satu banding delapan), artinya 1 liter bahan bakar hanya menempuh 8 kilometer.

Ludmilla kemudian menuntut PT. Nissan Motor Indonesia. Karena tak ada titik temu, Ludmilla membawa kasusnya ke YLKI dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Ludmilla pun menuntut Nissan membeli kembali mobilnya sesuai dengan harga pembelian. Namun, Nissan menolaknya. Mereka hanya ingin membeli dengan harga Rp 138 juta, sesuai dengan harga Nissan March bekas. Akhirnya pada 16 Februari 2012, BPSK memutuskan agar Nissan membeli mobil Ludmilla di harga Rp 150 juta. Hal ini sesuai dengan keputusan mediasi kedua belah pihak. BPSK menyatakan Nissan melanggar Pasal 9 ayat (1) huruf k Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan, "pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang atau jasa secara tidak benar. Kemudian menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti".

PT. Nissan Motor Indonesia tidak puas dengan putusan BPSK. PT. Nissan Motor Indonesia akhirnya menggugat balik keputusan BPSK dengan mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri Jakarta Selatan. Mereka meminta kepada Hakim agar pengadilan membatalkan keputusan BPSK. Namun, upaya PT. Nissan Motor Indonesia gagal. Pengadilan Negeri Jakarta Selatan menolak permohonan mereka.

Kemudian PT. Nissan Motor Indonesia kembali mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung. Namun, upaya PT. Nissan Motor Indonesia kembali kandas.

Artinya Ludmilla memenangkan semua tingkatan peradilan yang dilalui, mulai dari Pengadilan Negeri hingga Mahkamah Agung yang diadili oleh Majelis Hakim yang diketuai Valerine JL Kriekhoff, dengan anggota Djafni Djamal dan Syamsul Ma'arif. Putusan tersebut putus pada tanggal 26 Maret 2013.

## 2. Analisa Kasus iklan Nissan March pada tahun 2013

Bahwa dari fakta-fakta yang terungkap di persidangan dan sekaligus menjadi dasar putusan Mahkamah Agung adalah bahwa PT. Nissan Motor Indonesia terbukti melanggar ketentuan pasal 9 ayat (1) huruf k dan pasal 10 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu menawarkan sesuatu janji atau kondisi yang tidak benar atau menyesatkan.

PT. Nissan Motor Indonesia telah melanggar prinsip yang paling mendasar dalam Etika Bisnis Islam yaitu kejujuran, dimana PT. Nissan Motor Indonesia tidak memberikan spesifikasi mobil dalam iklan sesuai dengan keaslian yang sebenarnya. Dalam iklan dikatakan pemakaian bahan bakar minyak 18,5 km/liter tidak sesuai dengan kenyataan yang hanya 8 km/liter. Hal tersebut sangat merugikan orang-orang yang menjadi konsumen Nissan March.

Melakukan apa saja untuk mendapatkan keuntungan pada dasarnya boleh dilakukan asal tidak merugikan siapapun. Disini PT. Nissan Motor Indonesia seharusnya lebih mementingkan kepuasan konsumen yang menggunakan produknya karena dengan meletakkan kepuasan konsumen diatas kepentingan perusahaan maka perusahaan itu sendiri akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar karena kepercayaan/loyalitas konsumen terhadap produk itu sendiri.

Sebagaimana dengan hadist yang diriwayatkan oleh at-Tirmidzi :

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ، وَالصَّدِيقِينَ، وَالشُّهَدَاءِ

*“Pedagang yang jujur dan terpercaya itu sejajar (tempatnyanya di surga) dengan para Nabi, Siddiqin dan Syuhada”.*

Selain itu Rasulullah saw juga bersabda:

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنَّ تَفَرَّقَا وَبَيْنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مَحَقَّتْ رَكَّةٌ بَيْنَهُمَا

*Penjual dan pembeli memiliki khayar (pilihan untuk membatalkan atau melanjutkan akad) selama belum berpisah. Jika keduanya berpisah dan berlaku transparan (menjelaskan barang dan harga apa adanya) maka diberikan berkah dalam jual-beli keduanya. Jika keduanya saling menyembunyikan (cacat) dan berdusta maka itu menghanguskan berkah jual-belinya.<sup>6</sup>*

Tindakan yang dilakukan oleh PT Nissan Motor Indonesia juga memenuhi unsur tadlis yaitu penipuan, sehingga seberapa besar pun keuntungan yang diperoleh tidak akan mendapatkan keberkahan, jika dibandingkan dengan hangusnya keberkahan, tentu tidak akan sebanding. Tidak ada keuntungan sama sekali dengan mengejar harta haram, baik besar, apalagi jika hanya untuk mendapatkan transaksi satu hingga dua kali.

Mengejarnya saja sudah berdosa, jika berhasil mendapatkannya pun akan menambah bermasalah, dipakai akan menghilangkan berkah bahkan mendatangkan penyakit, disedekahkan tidak akan diterima, dan yang paling dikhawatirkan dapat menjerumuskan ke neraka.

Al Gazaly menjelaskan bahwa *masalahah* sebagai *maqasid al- Syariat* secara etimologi berarti mendatangkan kemaslahatan dan menghindari hal-hal yang membawa kerugian (*mudharat*) yang dalam makna lain ia disebutkan dengan arti mempertahankan tujuan-tujuan yang dikehendaki oleh syariat (*law giver*), yakni memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Sedangkan cara untuk tercapai kemaslahatan tersebut manusia harus memenuhi kebutuhan Dharuriat (Primer), dan menyempurnakan kebutuhan Hajjiyat (sekunder), dan Tahsiniat atau kamaliat (tersier).<sup>7</sup>

<sup>6</sup> (HR al-Bukhari, Muslim, at-Tirmidzi, Abu Dawud dan al-Baihaqi).

<sup>7</sup> Auffah Yumni, *Kemaslahatan Dalam Konsep Maqashid Al-Syar'iah*, Jurnal Nizhamiyah, Vol. VI, No.2, (Juli – Desember 2016), h.48.

Kebutuhan dharuriyat ialah tingkat kebutuhan yang harus ada, atau disebut juga dengan kebutuhan primer. Bila tingkat kebutuhan ini tidak terpenuhi, akan terancam keselamatan umat manusia baik di dunia maupun di akhirat kelak.<sup>8</sup> Kebutuhan hajiyat ialah kebutuhan sekunder, bilamana tidak terwujud maka tidaklah sampai mengancam keselamatan, namun tetap akan mengalami kesulitan, sedangkan Kebutuhan tahsiniyat ialah tingkat kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi tidaklah akan mengancam eksistensi salah satu dari lima pokok di atas, dan tidak pula menimbulkan kesulitan. Tingkat kebutuhan ini berupa kebutuhan pelengkap.<sup>9</sup>

Menerima keuntungan usaha dengan dengan cara bathil dapat mengancam manfaat Harta/Benda yang kelak dimiliki sehingga dapat menjerumuskan pemiliknya ke jalan yang sesat sehingga keselamatannya baik di dunia maupun di akhirat terancam. Ketika seseorang mendapatkan uang dengan cara yang bathil, entah dijadikan modal usaha atau membelikannya barang-barang konsumtif yang kemudian menjadi harta bendanya, maka hasil usaha maupun harta benda yang diperoleh tidak akan mendapatkan keberkahan.

Selain itu dapat pula mengancam keselamatan keluarga dan keturunan, karena jika rezeki yang diperoleh itu dengan cara yang dilarang oleh Allah swt./haram, yang kemudian digunakan untuk menafkahi keluarga dan anak-anaknya maka akan berdampak tidak baik kepada keluarga dan keturunannya. Dalam islam prinsip-prinsip utama dalam perdagangan adalah kejujuran dan kepercayaan serta tidak melakukan sumpah palsu untuk meyakinkan konsumen dengan produknya walaupun kenyataannya berbeda yang sebenarnya. Hukum islam memandang cara ini sebagai cara dan mekanismen bisnis dan perdagangan yang tercela.

Sahabat Rasulullah yang bernama Abu Hurairah pernah mendengar Rasulullah berkata:

---

<sup>8</sup> Lasri Nijal dan Putri Apria Ningsih, *Implementasi Metode Maqashid Syariah Imam Al Syathibi Pada Praktik Perbankan Syariah Di Indonesia*, Journal of Economic, Business and Accounting (Vol. 2 No.2, Juni 2019), h.188.

<sup>9</sup> *Ibid.*

لِلسَّلْعَةِ، مُنْحَقَةٌ لِلْبَرَكَاتِ

“Sumpah itu melariskan barang dagangan, namun menghilangkan keberkahan.”<sup>10</sup>

Hadist tersebut menjelaskan bahwa sumpah yang ditujukan untuk melariskan barang dagangan, baik itu sumpah jujur atau sumpah palsu, hal tersebut akan menghilangkan keberkahan harta yang didapatkan oleh seorang muslim.

Dengan *incracht*-nya Putusan Mahkamah Agung No. 659K/Pdt.Sus/2012, menunjukkan bahwa dari segi hukum positif saja perikatan tersebut batal karena terdapat unsur penipuan dan kekhilafan. Penipuan karena iklan tidak sesuai dengan keadaan Mobil yang sebenarnya, sedangkan kekhilafan karena apabila Ludmilla mengetahui bahwa konsumsi bahan bakar minyak mobil Nissan March tersebut hanya 1 (satu) liter/ 8 (delapan) Kilometer (Km) maka Ludmilla tidak akan membelinya sedangkan dalam hukum perikatan islam yang mempunyai prinsip “*Religijs transdental*”, dimana hukum perikatan dalam islam tidak hanya semata-mata mengatur hubungan hukum antara PT. Nissan Motor Indonesia sebagai Penjual dan Ludmilla sebagai pembeli, namun juga hubungan mereka para pihak dan sang Pencipta Allah swt. Yang merupakan hubungan vertikal dan horizontal. Sehingga pertanggung jawabannya bukan hanya kepada para pihak dalam perikatan tetapi masing-masing membawa tanggung jawab kepada Allah swt. Sebagai cerminan dari ketentuan yang bersumber dari Allah swt., ketentuan-ketentuan yang mengatur tentang perikatan dalam hukum perikatan Islam mengandung proteksi, yaitu dimaksudkan untuk memberi perlindungan kepada manusia yang berpotensi untuk saling menguasai atau melampaui batas-batas hak orang lain.<sup>11</sup>

Dalam Alqur’an juga telah di jelaskan mengenai larangan bagi pelaku usaha mengambil harta orang lain secara bathil (tidak benar) seperti menipu,

<sup>10</sup> (HR. Bukhari No. 2087 dan Muslim no. 1606)

<sup>11</sup> Gemala Dewi, dkk, *Op. Cit.* h.4.

memberikan janji yang tidak benar, mengelabui konsumen. Melainkan dalam jual beli harus di dasarkan atas suka sama suka, saling ridho, ikhlas, jujur, tidak boleh bertentangan dengan syariat islam dan tidak boleh merugikan salah satu pihak sebagaimana yang dijelaskan oleh Allah swt.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيِّنَاتٍ بِٱلْبَاطِلِ إِلاَّ أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*<sup>12</sup>

### 3. Kejujuran adalah Rahasia Keberhasilan dalam berdagang

Rasulullah saw. adalah seorang pedagang. Ia memberikan contoh yang sangat baik dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau melakukan transaksi-transaksi secara jujur, adil, dan tidak pernah membuat pelanggannya kecewa. Beliau selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan. Reputasinya sebagai pedagang yang jujur telah tertanam dengan baik sejak muda. Lebih dari itu, Rasulullah saw. juga meletakkan prinsip-prinsip dasar dalam melakukan transaksi dagang secara adil.<sup>13</sup>

Rahasia keberhasilan dalam perdagangan adalah sikap jujur dan adil dalam mengadakan hubungan dagang dengan para pelanggan. Dengan berpegang teguh pada prinsip ini, Rasulullah saw. telah memberi teladan cara terbaik untuk menjadi pedagang yang berhasil.

Ucapan-ucapan Rasulullah berikut ini telah menjadi kaidah yang sangat berharga bagi para pedagang yang menjunjung tinggi profesionalisme dan kejujuran:

*“Berusaha untuk mendapatkan penghasilan halal merupakan sebuah*

<sup>12</sup> Surat An-Nisa (29)

<sup>13</sup> Muhammad Nizar, Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Islam”, Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis, Vol.4 / No.1: 94-102,( Januari 2018), h. 97.

*kewajiban, di samping tugas-tugas lain yang diwajibkan.”<sup>14</sup>*

*“Allah memberikan rahmat-Nya pada setiap orang yang bersikap baik ketika menjual, membeli, dan membuat suatu pernyataan.”<sup>15</sup>*

*“Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya.”<sup>16</sup>*

Dapat dilihat saat ini PT. Nissan Motor Indonesia kini telah menutup pabriknya di Indonesia, dikarenakan produknya kurang laris jika dibandingkan dengan Honda, Toyota, Mitshubishi, dan lainnya yang hingga saat ini masih eksis di Indonesia. Tanda-tanda kemunduran bisnis mobil Nissan maupun Datsun terus menurun setiap tahunnya. Sejalan dengan penjualan yang merosot dalam lima tahun terakhir.<sup>17</sup>

Dengan kata lain bahwa PT. Nissan Motor Indonesia dalam berdagang tidak menerapkan kiat-kiat berdagang ala Rasulullah saw. yang mengatakan bahwa rahasia keberhasilan dalam perdagangan adalah sikap jujur dan adil dalam mengadakan hubungan dagang dengan para pelanggan. Dengan *Incracht*-nya putusan Mahkamah Agung Nomor 659K/Pdt.Sus/2012 membuktikan bahwa PT. Nissan Motor Indonesia melanggar ketentuan pasal 9 ayat (1) huruf k dan pasal 10 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu menawarkan sesuatu janji atau kondisi yang tidak benar atau menyesatkan. Merupakan bentuk ketidak jujuran dalam berdagang dan bertentangan dengan prinsip Islam sehingga dapat mengancam keselamatan manusia baik di dunia maupun di akhirat kelak.

---

<sup>14</sup> HR Al-Baihaqi

<sup>15</sup> HR. Al-Bukhari

<sup>16</sup> HR Thabrani dan Ahmad

<sup>17</sup> <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200529160035-384-507998/kronologi-phk-bertahap-sampai-nissan-tutup-pabrik-di-ri> di akses pada tanggal 23 November 2020, Pukul 21.33 Wita.

## SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan tersebut di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pondasi dalam melakukan transaksi jual beli/perdagangan adalah berakhlak jujur. Dalam Islam kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan berbisnis, Jujur tidak hanya pada saat menjelaskan barang/produk yang akan dijual, namun diawali dengan niat yang baik, dan selanjutnya diimplementasikan dalam bentuk pemasaran/marketing yang religious (dinniyah) dan Promosi yang merefleksikan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat, tidak mengandung unsur tipu muslihat yang akan menimbulkan kerugian kepada pembeli, dan juga akan berdampak buruk bagi penjual. Perlindungan hukum sangat diperlukan yang dapat diberikan terhadap konsumen atas iklan yang menyesatkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan kejujuran dalam menyampaikan informasi tersebut juga didukung dengan putusan Mahkamah Agung yang memenangkan kasus Ludmila Arif vs Nissan March, akibat ketidakjujuran dalam menjelaskan produk dan merelease promosi yang tidak sesuai dengan real produk yang dipasarkan. Demikian pula halnya kasus Nivea yang iklannya dinilai menyesatkan sehingga ditarik dari peredaran, merupakan bentuk perlindungan kepada konsumen/pembeli dari perbuatan tidak jujur penjual

Sejatinya, perdagangan atau transaksi jual beli harus dilandasi kejujuran, kejujuran ini berlaku secara komprehensif tidak partial, dimulai dari niat untuk beribadah kepada Allah, melakukan proses pemasaran dengan promosi yang tidak menyesatkan sampai saat kesepakatan atas jual beli tercapai sehingga proses penyerahan barang terjadi.

Hal yang utama untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam berdagang, dikarenakan dalam Islam secara jelas dinyatakan bahwa siapapun yang ingin selamat dunia dan akhirat maka ikutilah Alqur'an dan Sunah Rasulullah SAW, dan kesuksekan Rasulullah SAW dalam berdagang tidak terbantahkan dengan etika, strategi dan cara berdagang yang Rasulullah lakukan.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Dewi, Gemala. *dkk. Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005)
- As-Sa`di, Syekh Abdurrahman, *dkk Fiqh Jual Beli: Panduan Praktis Bisnis Syariah*, (Jakarta: 2008)
- Ismail Yusanto, Muhammad dan Muhammad Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Bogor: Al-Azhar Press, 2009)
- K. Lubis, Suharwadi. *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000)
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010)
- Pasaribu, Chairuman. *Hukum Perjanjian dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika)
- Yusuf Qhardawi, Norma dan Etika Ekonomi Islam, Terjemah Zainal Arifin (et.al), (Jakarta: Gema Insani Press, 1997)
- Husain Umar, Studi Kelayakan Bisnis, Jakarta: (Gramedia Pustaka, 1997)
- Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*
- Muhammad Syakir Sula, Amanah bagi Bangsa: Konsep dan Sistem Ekonomi Syariah, (Jakarta: Masyarakat Ekonomi Syariah, 2007).
- Thorik Gunar dan Utus Hardiono Sudiby, *Marketing Muhammad*

## JURNAL

- Chamid, Nur. *Marketing Syariah sebagai Perangkat dalam Menjalankan Bisnis Beretika dan Trend Bisnis Dunia Global*, Jurnal Al'Adi, Vol. 7, No. 1 (Januari: 2014)
- Mujahidin, Akhmad. *Etika Bisnis Dalam Islam Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis) dalam Jurnal Hukum Islam*, Vol. IV, No. 2, (Desember: 2005)
- Musadad, Ahmad. *Perniagaan dalam Al- Qur'an (Studi Perbandingan Tafsir Ahkamul Qur'an Karya Ibnu Al-Arabo dan Tafsir Ahkamul Qur'an Karya Al-Kiya AlO Harasi)*, Jurnal Et – Tijari 53 Universitas Trunojoyo Madura, Vol. 3, No. 2 (Juli:2016)
- Nizar, Muhammad. *Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Islam*”, Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis, Vol.4 / No.1: 94-102,( Januari 2018)
- Nijal, Lasri dan Putri Apria Ningsih, *Implementasi Metode Maqashid Syariah Imam Al Syathibi Pada Praktik Perbankan Syariah Di Indonesia*, Journal of Economic, Business and Accounting (Vol. 2 No.2, Juni 2019)

Yumni, Auffah. *Kemaslahatan Dalam Konsep Maqashid Al-Syar'iah*, Jurnal Nizhamiyah, Vol. VI, No.2, (Juli – Desember 2016)

Sri Nawatmi, Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, Jurnal Fokus Ekonomi (FE) VO.9. No. 1, hal. 54 (April 2020)

Rizki Tri Anugrah Bhakti I, Padrisan Jamba, Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap informasi iklan yang menyesatkan Jurnal Cahaya Keadilan . Vol 5 . No. 1 ISSN: 2339 - 1693

www. gontor.ac.id, Berdagang ala Rasulullah, Haidar Muhammad & Muhammad Rifaldi 2020

Infosky, “Kunci sukses Bisnis”, dalam <http://infosky.wordpress.com/2008/04/11/Kunci-suksesbisnis/> ( 11 Maret 2013)

<https://muslim.or.id/8466-peringatan-keras-bagi-para-pedagang.html>