Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Februari 2025, 11 (2.A), 224-233
DOI: https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9784
p-ISSN: 2622-8327 e-ISSN: 2089-5364
Accredited by Directorate General of Strengthening for Research and Development
Available online at https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP

Pemikiran Al Ghazali Dalam Penentuan Nilai Keuntungan (Margin)

Hedy Tri Bachtiar[1], Yori Kemiain[2], Maman Surahman[3], Nurul Novianti Azahra[4], Mutiara Alya Syakira[5], Mutiara Puspita Dewi[6], Ahmad Gandi[7], Sarah Putri[8]

[1,2,3,4,5,6,7,8]Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Bandung

Received: *2 Oktober 2024*
Revised: *14 Oktober 2024*
Accepted: *29 Oktober 2024*

Abstract

Pemikiran Al-Ghazali dalam penentuan nilai keuntungan (margin) membahas konsep fundamental dalam bisnis dan ekonomi, khususnya dalam konteks Islam. Margin, sebagai selisih antara harga jual dan biaya produksi, menjadi fokus utama dalam motivasi bisnis. Al-Ghazali, seorang pemikir besar dalam ekonomi Islam pada abad ke-11, menekankan pentingnya keadilan, kedamaian, dan stabilitas dalam praktik ekonomi yang sejalan dengan tugas sosial yang ditetapkan oleh Allah. Melalui karya-karyanya seperti Ihya Ulumuddin, Al-Ghazali menguraikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, termasuk keberkahan usaha, transparansi, kejujuran, dan keadilan dalam setiap transaksi. Peran negara juga diakui sebagai penting dalam menjaga keseimbangan ekonomi. Dengan demikian, pemikiran Al-Ghazali memberikan pandangan komprehensif tentang bagaimana menentukan margin keuntungan dengan memperhatikan nilai-nilai moral dan spiritual dalam bisnis Islam. Meskipun tantangan dalam menerapkan pemikiran Al-Ghazali dalam era modern seperti persaingan global dan kompleksitas pasar, prinsip-prinsip etis yang diajarkan oleh Al-Ghazali tetap relevan dan dapat menjadi panduan berharga bagi para pelaku bisnis. Dengan menjaga keseimbangan antara keuntungan materiil dan keberkahan spiritual, serta memperhatikan keadilan dan kepatutan dalam setiap transaksi, bisnis dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat dan mencapai tujuan yang lebih mulia dalam menjalankan aktivitas ekonomi.

Keywords: *Al Ghazali, keuntungan, bisnis, ekonomi*

(*) Corresponding Author: hedytrbchtr@gmail.com1)yorikemiainn18@gmail.com2), manshoer@gmail.com3),nurulnoviantiazhr@gmail.com4), mutiaraalyasyakira@gmail.com5),puspitamutiara63@gmail.com6), ahmadgandi883@gmail.com7) , sarahput30@gmail.com8)

How to Cite: Bachtiar, H., Kemiain, Y., Surahman, M., Azahra, N., & Syakira, M. (2025). Pemikiran Al Ghazali Dalam Penentuan Nilai Keuntungan (Margin). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *11*(2.A), 224-233. Retrieved from https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9784

PENDAHULUAN

Nilai keuntungan atau margin merupakan salah satu konsep fundamental dalam dunia bisnis dan ekonomi. Secara umum, margin merupakan perbedaan atau selisih antara harga jual dan biaya produksi suatu produk atau jasa. Keuntungan merupakan motivasi utama bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Al-Ghazali menekankan keadilan, perdamaian, dan stabilitas sebagai landasan perekonomian dalam produksi, konsumsi, dan distribusi. Peran negara dalam menjaga keharmonisan ini juga diakui penting..(Faizal, 2015)

Al-Ghazali hidup pada abad ke-11, sebuah periode di mana perdagangan dan kegiatan ekonomi mulai berkembang pesat di dunia Islam. Al-Ghazali menekankan bahwa perdagangan bukan hanya tentang mencari keuntungan maksimal, tetapi juga harus dilakukan dengan mempertimbangkan nilai-nilai moral dan etika. Al-Ghazali, dalam karyanya Ihya Ulumuddin mengajarkan bahwa pedagang harus adil dan jujur dalam menentukan harga, serta tidak boleh

mengeksploitasi konsumen dengan menetapkan margin yang terlalu tinggi. Beliau menekankan pentingnya keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Al-Ghazali berpendapat bahwa margin yang berlebihan dapat menimbulkan kesenjangan dan merusak tatanan sosial. Oleh karena itu, ia mendesak para pedagang untuk mempertimbangkan dampak sosial dari harga yang mereka tetapkan dan tidak mengorbankan etika demi keuntungan finansial semata.

Al-Ghazali sangat mementingkan penetapan batasan keuntungan yang diperbolehkan, yaitu memperbolehkan pedagang mengambil keuntungan 5-10% di atas harga normal. Alasannya adalah untuk mencegah keserakahan yang dapat mengaburkan makna hidup di dunia ini, karena seharusnya keuntungan yang menjadi tujuan dan dikejar para pedagang yaitu keuntungan setelah kematian atau keuntungan di akhirat.(Karim, 2017) Al-Ghazali menawarkan harga jual yang wajar, dengan mempertimbangkan kemampuan dan kebutuhan pembeli dan penjual. Bagi Al-Ghazali, kemaslahatan sesungguhnya adalah apa yang didapat di akhirat.

Al-Ghazali membagi keuntungan dalam jual beli menjadi dua jenis keuntungan, yaitu keuntungan di dunia dan keuntungan di akhirat (Al-Ghazali, 2009). Keuntungan di dunia adalah keuntungan berupa tambahan modal yang dapat diperoleh seorang pedagang langsung dari hasil penjualan barangnya. Sedangkan keuntungan di akhirat adalah keuntungan yang membawa keberkahan dalam kehidupan dunia dan menguatkan keimanan orang yang beribadah kepada Allah SWT dalam persiapan kehidupan di akhirat kelak.(Nanda Sari, 2021)

Dibandingkan dengan keuntungan di akhirat, manusia biasanya lebih menginginkan keuntungan yang lebih mudah dan cepat untuk dirasakan seperti keuntungan di dunia. Padahal pada kenyataannya, keuntungan di akhirat lebih baik dari pada keuntungan di dunia. Maka penting bagi manusia untuk mempelajari dan memahami lebih jauh mengenai keuntungan yang berkaitan dengan akhirat nanti dan memperluas lagi bacaan kita yang berkaitan dengan muamalah agar semakin paham mengenai nilai keuntungan dalam islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang menitikberatkan pada sumber informasi yang tersedia terkait kekuatan analisis data. Sumber-sumber tersebut diambil dari berbagai buku dan publikasi yang menguraikan teori-teori yang ada secara jelas dan rinci untuk menghasilkan teks dalam bentuk artikel. Meskipun penelitian ini bersifat kepustakaan, dalam hal metode pengumpulan data, peneliti memilih untuk menggunakan diskusi dalam literatur dan jurnal, internet, atau informasi lain yang relevan dengan topik penelitian.

LITERATUR REVIEW

Perspektif Ekonomi Islam tentang Margin Keuntungan

Ekonomi Islam menawarkan pandangan yang lebih holistik mengenai penentuan margin keuntungan. Salah satu tokoh penting dalam ekonomi Islam adalah Al-Ghazali, seorang pemikir besar dari abad ke-11. Melalui karya-karyanya seperti Ihya Ulumuddin, al-Mustashfa Mizan, al-Amal, dan At-Tibr al-Masbuk fi al-Nasihah al-Muluk, Al-Ghazali menekankan pentingnya keadilan, kedamaian,

dan stabilitas dalam praktik ekonomi, yang harus sejalan dengan tugas sosial yang diamanahkan oleh Allah (Faizal, 2015).

Prinsip Ekonomi Al-Ghazali

Al-Ghazali berargumen bahwa perdagangan harus didasarkan pada nilai-nilai moral dan etika. Dalam Ihya Ulumuddin, ia menekankan bahwa pedagang harus adil dan jujur dalam menentukan harga, serta tidak boleh mengeksploitasi konsumen dengan menetapkan margin yang terlalu tinggi. Ia mengajarkan bahwa keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan kesejahteraan sosial sangat penting. Al-Ghazali percaya bahwa margin yang berlebihan dapat menimbulkan kesenjangan dan merusak tatanan sosial (Karim, 2017).

Batasan Keuntungan dalam Pandangan Al-Ghazali

Al-Ghazali sangat kritis dalam menetapkan batasan keuntungan yang diperbolehkan, yang menurutnya adalah sebesar 5-10% di atas harga normal. Pembatasan ini bertujuan untuk mencegah keserakahan yang dapat mengaburkan tujuan hidup manusia, yaitu mencari keuntungan di akhirat (Karim, 2017). Ia juga menawarkan konsep harga jual berkeadilan yang mempertimbangkan kemampuan dan kebutuhan baik pembeli maupun penjual, dengan tujuan akhir keuntungan sejati yang berhubungan dengan kehidupan akhirat (Al-Ghazali, 2009).

Keuntungan Dunia dan Akhirat

Menurut Al-Ghazali, keuntungan dalam jual beli terbagi menjadi dua: keuntungan dunia dan keuntungan akhirat. Keuntungan dunia adalah tambahan atas modal yang dapat langsung diperoleh saat penjualan barang, sedangkan keuntungan akhirat adalah keberkahan dalam menjalankan hidup dan meningkatkan keimanan dalam beribadah kepada Allah SWT (Nanda Sari, 2021). Keuntungan akhirat dianggap lebih penting dan bernilai dibandingkan keuntungan dunia, sehingga manusia dianjurkan untuk lebih memahami dan menghargai konsep ini dalam kehidupan bisnis mereka.

PEMBAHASAN

Prinsip-Prinsip Pemikiran Al Ghazali yang Dapat Diterapkan Dalam Penentuan Nilai Keuntungan (Margin) Dalam Bisnis

Al-Ghazali mendasarkan pada pendekatan tasawuf dalam pemikirannya tentang ilmu ekonomi dan ilmu ekonomi. Sebab semasa hidupnya, ia dipenuhi oleh orang-orang kaya raya, pejabat-pejabat pemerintahan yang berkuasa, dan bergengsi, sehingga membuatnya sulit menerima pendekatan fikih, keyakinan filsafat, dan pendekatan ilmu lainnya (Muhayatsyah, 2020). Kita tersebut ditulis Al Ghazâlî setelah pengembaraannya secara spiritual dan intelektual yang panjang, sesuai dengan berbagai latar belakang keilmuannya maka kitab ini ditulis dengan menggunakan beberapa konstruk nalar keilmuan, yaitu nalar syar‟iyyah, falsifiyyah, dan sufiyyah. Ketiganya merupakan satu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan antara yang satu dengan yang lainnya, namun dalam pemakaiannya mempunyai dominasi tertentu (Fahadil, 2013).

Al-Ghazali, seorang filsuf dan teolog Islam terkenal, memiliki pandangan yang mendalam tentang etika bisnis dan ekonomi. Prinsip-prinsip pemikirannya dalam menentukan nilai keuntungan dalam bisnis sangat dipengaruhi oleh pandangannya tentang moralitas, keadilan, dan tujuan manusia. Berikut prinsip utama Al Ghzali dalam berbisnis:

1. Al- ‘Adl (Keadilan). Keadailan sangat penting diterapkan dalam berbisnis. Berbisnis yang baik tidak hanya berbicara keutungan penjual saja, tetapi keuntungan juga harus didapat oleh pelanggan.
2. Kejujuran dan transaparan. Jujur salah satu kunci utama keberhasilan berbisnis. Para konsumen akan mencari penjual yang jujur, bahwa kejujuruan penjual mencerminkan kualitas pasarnya. Kejujuran berhubungan dengan transparnsi, tidak ada yang disembunyikan anatara pasar dan konsumen.
3. Kepatutan (Al-Ma’ruf): Keuntungan yang diperoleh harus sesuai dengan norma dan kepatutan sosial. Al-Ghazali percaya bahwa keuntungan tidak boleh berlebihan dan harus mencerminkan kontribusi yang wajar terhadap masyarakat.
4. Maslahah (Kesejahteraan Umum). Dalam menentukan nilai keuntungan, Al-Ghazali menganjurkan agar bisnis memperhatikan maslahah, atau kesejahteraan umum. Keuntungan yang diperoleh sebaiknya memberikan manfaat bagi masyarakat secara menyeluruh.
5. Menghindari Gharar (Ketidakpastian). Transaksi yang mengandung ketidakpastian berlebih atau gharar dilarang karena dapat menyebabkan kejahatan berupa ketidakadilan dan penipuan.
6. Tidak menimbulkan riba. Al Ghazali menekankan untuk menjauhkan riba dalam berbisnis. Riba artinya tambahan, di mana tambahan keuntungan itu diperoleh dengan cara yang merugikan pihak kedua dan hukumnya dosa. (Fahadil, 2013).

Selain itu, Al Ghazali juga menyangkutpautkan dalam bisnisnya dengan “kesejahteraan sosial” (maslahah) didasarkan kepada lima tujuan dasar (maqashid al-syar’iyyah) yaitu: agama (aldin), hidup atau jiwa (al-nafs), keluarga atau keturunan (al-nasl), harta atau kekayaan (al-mal), dan intelektual atau akal (al-’aql), beliau menitikberatkan (mahallu syahid) pada tuntunan wahyu, tujuan utama kehidupan umat manusia adalah untuk mencapai kebahagian di dunia dan akhirat (maslahat al-din wa al-dunya) (Karim, 2008).

Al Ghazali dalam bukunya menurut Ali Muhayatsyah, prinsip yang harus dicari dalam berbisnis yaitu keselamatan. Keselamatan yang dimaksud bukan sebatas keselamatan dunia saja tetapi juga keselamatan akhirat kelak. Dalam berbisnis perlu mendapat ridho Allah agar ketika di akhirat kita diselamatkan oleh bisnis ditekuni di dunia (Muhayatsyah, 2020). Keselamatan itu dapat diusahakan dengan menggunakan prinsip-prinsip yang telah digunakan Al Ghazali untuk mencari keuntungan dalam berbisnis.

Keseimbangan Antara Penentuan Nilai (Margin) Dengan Prinsip Etika Bisnis Prespektif Al Ghazali

Dalam Islam, etika bisnis juga dikenal sebagai muamalah yang merupakan seperangkat prinsip dan nilai yang harus dipegang teguh oleh seorang Muslim saat melakukan transaksi perdagangan dan perekonomian. Hal ini merupakan etika yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan selain untuk membangun bisnis yang adil, jujur, dan bermanfaat bagi semua pihak. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa etika bisnis adalah aturan main yang berkaitan erat dengan norma dan prinsip umum yang berlaku di masyarakat, yang tujuannya adalah untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelaku usaha, termasuk juga kepada

aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan investasi dan distribusi. (Zamzam & Aravik, 2020, p. 4).

Pada dasarnya, etika dalam berbisnis diperlukan karena hal-hal bisnis karena hal-hal berikut: Pertama, suatu perusahaan tidak hanya mencari keuntungan saja, namun harus memperhatikan nilai-nilai kemanusiaan, jika tidak maka akan merugikan banyak nyawa, sehingga demi kepentingan masyarakat bisnis tetap beretika. Kedua, bisnis adalah antara satu orang dengan orang lain, sehingga memerlukan etika sebagai pedoman dan arah dalam mengambil keputusan, tindakan dan perbuatan yang dilakukan orang terhadap satu sama lain. Ketiga, para agen ini melakukannya dalam lingkungan yang sangat kompetitif, sehingga perdagang yang bersaing dalam lingkungan bisnis yang semakin profesional dan memperhatikan standar etika memang akan menang.

Keempat, legalitas dan moralitas saling berkaitan namun berbeda karena suatu tindakan yang dapat diterima secara hukum belum tentu dapat diterima secara etis. Kelima, etika harus dibedakan dari ilmu empiris, yang didasarkan pada fenomena atau fakta yang terus berulang dan ada dimana-mana, yang darinya lahirlah hukum ilmiah universal. Keenam, keadaan khusus yang menyebabkan pengecualian terhadap etika tidak dapat dijadikan dasar untuk memutuskan suatu perusahaan tidak mengakui etika. Ketujuh, meluasnya protes menunjukkan masih banyak masyarkat yang menginginkan bisnis berfungsi dengan baik dan standar etika dihormati. (Zamzam & Aravik, 2020, p. 7)

Bisnis syariah harus mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: Pertama, bisnis halal dan haram harus dipahami. Seseorang yang menjalankan bisnis syariah harus mengetahui fakta yang benar tentang praktik bisnis yang sah dan tidak sah serta memahami prinsip-prinsip dasar yang dijadikan hukum. Kedua, selalu berpijak dari nilai-nilai spiritual. Nilai-nilai spiritual merupakan kesadaran setipa orang akan keberadaan dirinya sebagai ciptaan Allah Swt. Seseorang harus selalu mengikat perjanjian dengan-Nya dalam bentuk ketaatan pada setiap hembusan nafasnya.

Ketiga, praktik bisnis yang benar berdasarkan hukum syariah. Dalam hal ini harus ada konsistensi antara apa yang dipahami dan apa yang diterapkan antara aturan syariat Islam dengan praktik bisnis yang diterapkan. Oleh karena itu, tidak hanya untung dan rugi materi saja yang diperhitungkan, namun praktik bisnis juga diperhatikan sesuai hukum syariah Islam. Keempat. Berorientasi pada ibadah kepada Allah Swt. Orientasi tersebut dicapai melalui bisnis yang dijalaninya sebagai wujud ibadah dan pahala di hadapan Allah Swt. Hal ini bisa diterapkan jika bisnis selalu berbasis aturan Islam. (Agustin, 2017).

Mencari nafkah dan memperoleh keuntungan melalui usaha yang halal adalah hal yang mulia dalam Islam. Namun, Islam juga menekankan etika dan moral dalam bisnis. Al Ghazali merupakan seorang cendekiawan Muslim yang terkenal di abad ke-12, memberikan ide penting tentang cara menyeimbangkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dengan mengejar nilai keuntungan (margin). Al Ghazali berpendapat bahwa bisnis yang ideal tidak hanya menguntungkan pemiliknya, tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat dan sesuai dengan syariat Islam.

Al Ghazali menganggap etika bisnis Islam merupakan bagian penting dari prinsip moral ajaran agama. Beliau menekankan pentingnya keadilan, kebaikan, dan kebajikan dalam setiap bisnis. Al Ghazali menegaskan, tidak boleh ada

ketidakadilan dalam dunia usaha dan menekankan transparansi dan kejujuran di kalangan pebisnis. Selain itu, beliau menekankan pentingnya menjaga hubungan bisnis yang baik dan dapat diandalkan serta pembayaran utang dapat diselesaikan tepat waktu sesuai kesepakatan. Al ghazali juga menegaskan bahwa bisnis bukan sekedar mengejar keuntungan duniawi namun juga mencapai kebaikan spiritual. Selain itu, Al Ghazali berpesan untuk menjauhi transaksi mencurigakan dan mengambil keuntungan dengan mempertimbangkan risiko yang ada.

Adapun beberapa tema ekonomi yang diangkat oleh Al Ghazali yang relevan dalam pemikirannya. Pertama, tentang pertukaran sukarela dan evolusi pasar, dimana transaksi harus dilakukan secara sukarela dan pasar berkembang secara alami. Kedua, Al Ghazali melakukan kegiatan produksi dalam konteks ekonomi, dimana penting untuk menciptakan nilai tambah melalui produksi barang dan jasa. Ketiga, mengulas tentang pertukaran dan perkembangan uang yang berfungsi sebagai fasilitator perdagangan. Keempat, Al Ghazali juga membahas tentang peran negara dan keuangan publik dalam mengatur perekonomian dan menekankan pentingnya peran negara sebagai penjaga kesejahteraan masyarakat dan keadilan ekonomi. (Deti & Sunantri, 2022).

Al Ghazali menekankan pentingnya keseimbangan antara nilai keuntungan (margin) dan prinsip etika bisnis dalam perspektif Islam. Ia berpesan kepada para pedagang untuk memperhatikan prinsip keadilan dan kebaikan saat menetapkan margin. Al ghazali menegaskan, marginalisasi tidak melanggar prinsip moral dan etika Islam, seperti eksploitasi konsumen atau mitra bisnis. Selain itu, Al Ghazali menegaskan dalam menentukan margin juga harus memperhatikan keberkahan usaha (barakah) dan tidak hanya mengejar keuntungan materi. Al Ghazali menekankan bahwa penetapan margin harus dilakukan secara jujur dan terbuka serta mempertimbangkan kebutuhan kolektif dan kesejahteraan masyarakat.

Tantangan dan Hambatan Dalam Menerapkan Pemikiran Al Ghazali Dalam Penentuan Nilai Keuntungan (Margin) Dalam Bisnis di Era Modern

Menerapkan pemikiran Al Ghazali dalam penentuan nilai keuntungan (margin) dalam bisnis di era modern menghadapi beberapa tantangan signifikan. Al Ghazali, sebagai seorang pemikir Islam klasik, menekankan prinsip keadilan dan kepatuhan terhadap nilai-nilai etis dalam aktivitas ekonomi. Tantangan utama yang dihadapi adalah menyesuaikan pemikiran Al Ghazali yang kontekstual dengan realitas ekonomi modern yang kompleks dan global. Al Ghazali mengkritik praktik riba dan pengeksploitasian dalam keuntungan bisnis, namun dalam konteks globalisasi dan kompetisi pasar saat ini, penentuan margin yang adil sering kali menghadapi ketegangan antara prinsip keadilan ekonomi dan persaingan bisnis yang sengit. Selain itu, implementasi prinsip Al Ghazali memerlukan pemahaman mendalam terhadap dinamika pasar, regulasi ekonomi modern, serta keterbukaan terhadap inovasi finansial yang dapat mempertahankan keberlanjutan bisnis dalam jangka Panjang.

1. Persaingan yang Ketat

Globalisasi telah membuka pasar global yang memaksa perusahaan untuk bersaing tidak hanya dengan pemain lokal tetapi juga dengan perusahaan internasional. Persaingan ini sering kali mengakibatkan perang harga, di mana perusahaan harus menurunkan harga untuk tetap kompetitif, yang pada akhirnya dapat mengurangi margin keuntungan . Selain itu, inovasi teknologi yang cepat

memungkinkan munculnya pesaing baru dengan model bisnis yang lebih efisien, menawarkan produk atau layanan dengan harga yang lebih murah.

2. Perubahan Preferensi Konsumen

Konsumen modern memiliki kemampuan untuk mengakses informasi dengan lebih luas cenderung melakukan perbandingan harga serta nilai sebelum melakukan pembelian. Mereka juga semakin mengharapkan produk dan layanan yang dipersonalisasi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka . Memenuhi tuntutan ini sering kali memerlukan investasi tambahan dalam penelitian dan pengembangan serta peningkatan layanan pelanggan, yang dapat menekan margin keuntungan perusahaan.

3. Fluktuasi Biaya Produksi

Harga bahan baku yang tidak stabil dapat berdampak signifikan pada margin keuntungan. Misalnya, fluktuasi harga minyak dapat mempengaruhi biaya produksi di berbagai industri . Selain itu, peningkatan biaya tenaga kerja, termasuk kenaikan upah minimum dan tunjangan pekerja, juga dapat menambah beban biaya operasional perusahaan . Perusahaan harus mampu mengelola biaya ini dengan efektif untuk mempertahankan margin yang sehat.

4. Regulasi dan Kepatuhan

Perubahan dalam kebijakan perpajakan atau penerapan tarif baru dapat mempengaruhi struktur biaya perusahaan. Kepatuhan terhadap regulasi yang ketat, baik di tingkat lokal maupun internasional, sering kali membutuhkan investasi dalam sistem dan proses baru untuk memastikan kepatuhan . Selain itu, adanya peraturan lingkungan dan sosial yang semakin ketat dapat meningkatkan biaya operasional dan menekan margin keuntungan.

Dalam menghadapi tantangan dan hambatan ini, perusahaan perlu mengadopsi strategi yang lebih fleksibel dan inovatif. Penggunaan analitik data untuk memahami tren pasar, investasi dalam teknologi untuk meningkatkan efisiensi, serta membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dapat membantu perusahaan mengelola margin keuntungan dengan lebih efektif di era modern.

Pemikiran Al Ghazali Tentang Nilai Keuntungan (Margin) Dibandingkan Dengan Pemikiran Para Pemikir Ekonomi Islam Lainnya

Pemikiran ekonomi Imam Al-Ghazali diuraikan dalam berbagai kitab, salah satunya adalah Ihya Ulumuddin, yang membahas batasan keuntungan dalam jual beli. Dalam kitab tersebut, Imam Al-Ghazali menyatakan bahwa keuntungan adalah imbalan yang diterima pedagang karena menghadapi risiko dan ketidakpastian dalam memperoleh barang dagangan. Karena adanya risiko tersebut, pedagang diperbolehkan mengambil keuntungan dari penjualan barang dagangannya (Al-Ghazali, 2009).

Imam Al-Ghazali membagi keuntungan dalam jual beli menjadi dua jenis: keuntungan dunia dan keuntungan akhirat. Keuntungan dunia adalah tambahan modal yang langsung diperoleh pedagang dari penjualan barang. Sementara itu, keuntungan akhirat adalah berkah yang diperoleh dari menjalani kehidupan yang sesuai dengan ajaran agama, yang memperkuat keimanan dan sebagai bekal untuk kehidupan setelah mati.

Namun, kebanyakan orang lebih menginginkan keuntungan dunia yang dapat segera dinikmati, dan hanya sedikit pedagang yang memikirkan keuntungan

akhirat, karena keterbatasan pemahaman tentang muamalah. Dalam hal pengambilan keuntungan, Imam Al-Ghazali menetapkan batas keuntungan sebesar 5-10% dari harga barang (Karim, 2017).

Batasan ini ditetapkan dengan mempertimbangkan masalah-masalah yang sering terjadi dalam jual beli. Jika keuntungan tidak dibatasi, pedagang mungkin tergoda untuk mencari keuntungan lebih besar dengan cara-cara yang dilarang dalam Islam, seperti menimbun barang, curang dalam timbangan, atau menyembunyikan cacat barang. Praktik-praktik tersebut bisa menjauhkan manusia dari tujuan utama muamalah (Al-Ghazali, 2016).

Pemikiran Keuntungan (Margin) Menurut Ibn Khaldun

Menurut Ibnu Khaldun, perdagangan adalah aktivitas untuk meningkatkan kekayaan dengan membeli barang dengan harga rendah dan menjualnya dengan harga lebih tinggi. Pandangan ini merupakan konsep dasar perdagangan dari sudut pandang konvensional, di mana kesuksesan diukur dari aspek materi. Namun, selain aspek materi, aspek spiritual dan sikap saling membantu antar sesama juga penting dalam perdagangan (Hamzah, 1992). Bila dipahami secara keliru, konsep ini bisa merugikan orang lain dan bertentangan dengan hukum syara', misalnya dengan menjual barang terlalu mahal demi keuntungan pribadi.

Ibnu Khaldun berpendapat bahwa keuntungan yang wajar mendorong pertumbuhan perdagangan, sedangkan keuntungan yang terlalu rendah membuat perdagangan lesu karena pedagang kehilangan motivasi. Sebaliknya, keuntungan yang terlalu tinggi juga membuat perdagangan lesu karena melemahnya permintaan konsumen. Harga yang terlalu rendah merugikan pedagang dan bisa membuat mereka keluar dari pasar, sementara harga yang terlalu tinggi merugikan konsumen. Oleh karena itu, harga moderat dianggap sebagai titik keseimbangan yang ideal karena memberikan keuntungan yang dapat diterima secara sosial oleh pedagang dan mendorong penjualan, yang pada akhirnya menghasilkan keuntungan dan kemakmuran besar (Ibnu Khaldun, 2006).

Dalam penentuan harga di pasar, faktor yang sangat berpengaruh adalah permintaan dan penawaran. Menurut Ibnu Khaldun, kenaikan penawaran atau penurunan permintaan menyebabkan harga naik, dan sebaliknya, penurunan penawaran atau kenaikan permintaan menyebabkan harga turun. Penurunan harga yang drastis merugikan pedagang dan bisa mendorong mereka keluar dari pasar, sedangkan kenaikan harga yang drastis menyusahkan konsumen. Harga yang moderat diharapkan oleh kedua belah pihak, karena memungkinkan pedagang mendapatkan pengembalian yang dapat ditolerir pasar dan menciptakan kegairahan pasar dengan meningkatkan penjualan, sehingga memperoleh keuntungan dan kemakmuran tertentu. Namun, harga yang rendah juga diperlukan untuk memberi kelapangan bagi kaum miskin yang merupakan mayoritas populasi (Idri, 2008).

Perbedaan Pemikiran Al Ghazali dan Ibn Khaldun

Pemikiran Al-Ghazali dan Ibnu Khaldun tentang nilai keuntungan (margin) memang memiliki perbedaan yang signifikan, meskipun keduanya berakar pada prinsip-prinsip etika dan keadilan dalam Islam. Berikut adalah perbandingan mendetail antara pandangan kedua pemikir ini:

Pemikiran Al-Ghazali

1. Al-Ghazali sangat menekankan etika dalam setiap aspek perdagangan. Baginya, aktivitas ekonomi harus selalu dijalankan dengan kejujuran dan integritas. Keuntungan harus diperoleh tanpa penipuan atau eksploitasi.
2. Al-Ghazali tidak memberikan batasan eksplisit pada margin keuntungan, tetapi ia mendorong pedagang untuk tidak mengambil keuntungan berlebihan. Ia percaya bahwa keuntungan yang moderat adalah yang paling sesuai dengan prinsip keadilan dan moralitas Islam.
3. Al-Ghazali menekankan bahwa keuntungan harus digunakan untuk kebaikan sosial, termasuk membantu orang miskin dan mendukung kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Prinsip ini terkait dengan konsep zakat dan sedekah dalam Islam.

Pemikiran Ibnu Khaldun

1. Ibnu Khaldun melihat keuntungan sebagai imbalan yang sah atas risiko yang diambil dan kerja keras yang dilakukan oleh pedagang. Ia menekankan bahwa keuntungan adalah hasil dari usaha dan inovasi.
2. Ibnu Khaldun kritis terhadap praktik monopoli dan penetapan harga yang tidak adil. Ia percaya bahwa praktik semacam itu merusak pasar dan ekonomi secara keseluruhan. Monopoli bisa mengarah pada keuntungan yang tidak adil, yang pada gilirannya merugikan konsumen dan perekonomian.
3. Ibnu Khaldun dikenal dengan teorinya tentang siklus ekonomi, di mana ia menjelaskan bagaimana kemakmuran dan kemunduran ekonomi terjadi dalam siklus. Dalam konteks ini, ia mengakui bahwa margin keuntungan bisa bervariasi tergantung pada fase siklus ekonomi, tetapi tetap harus diperlakukan secara adil.

KESIMPULAN

Pemikiran Al-Ghazali dalam penentuan nilai keuntungan (Margin) menyoroti pentingnya keadilan, keberkahan usaha, dan etika bisnis dalam aktivitas ekonomi. Al-Ghazali menekankan bahwa perdagangan harus didasarkan pada nilai-nilai moral dan etika, dengan pembatasan keuntungan yang diperbolehkan untuk mencegah keserakahan. Konsep harga jual berkeadilan yang dipertimbangkan berdasarkan kemampuan dan kebutuhan pembeli serta penjual menjadi landasan dalam menjalankan bisnis. Selain itu, Al-Ghazali menyoroti pentingnya keseimbangan antara keuntungan dunia dan akhirat, di mana keberkahan dalam menjalankan hidup dan meningkatkan keimanan juga harus dipertimbangkan. Meskipun tantangan dalam menerapkan pemikiran Al-Ghazali dalam era modern seperti persaingan bisnis yang ketat dan fluktuasi biaya produksi, prinsip-prinsip etis dan moral yang diajarkan oleh Al-Ghazali tetap relevan dan dapat menjadi panduan berharga dalam menjalankan bisnis dengan integritas dan keberkahan.

DAFTAR PUSTAKA

A, Wijaya, 'Inovasi Teknologi Dan Pengaruhnya Terhadap Persaingan Bisnis Di Era Digital', Jurnal Manajemen Teknologi, 2021, pp. 45–60

Al-Ghazali. (2009). Ihya Ulumuddin.

Al-Ghazali. (2009). *Terjemahan Ihya Ulumuddin : Menghidupkan Ilmu-Ilmu Agama. Terjemahan: A. Musta'in*. Marja.

Al-Ghazali, I. (2009). Terjemahan Ihya Ulumuddin : Menghidupkan Ilmu-Ilmu Agama. Terjemahan: A. Musta'in, M. Alwustho, & M. B. Ulum. Bandung: Marja.

Al-Ghazali. (2016). Ringkasan Ihya Ulumuddin Imam Al-Ghazali. Terjemahan: Purwati, R. Bandung: Sinar Baru Agensindo.

Ali Aziz, Muhammad, 'The Economic Thought of Al-Ghazali'

Agustin, H. (2017). Studi kelayakan bisnis syariah. Depok: PT RajaGrafindo Persada.

Deti, S., & Sunantri, S. (2022). Etika Bisnis Islam Menurut Imam Al-Ghazali Dan Yusuf Al-Qaradhawi. Jurnal Studi Islam Lintas Negara (Journal of Cross-Border Islamic Studies), 4(1), 50–68.

Faizal, A. (2015). Economic Thoughts of Al-Ghazali.

Faizal, M. F. (2015). Studi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Ekonomi Islam. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, *1*(1), 49–58.

Hamzah Ya'qub, Kode Etik Dagang menurut Islam, (Bandung : cv. Diponegoro, 1992)Ibnu Khaldun Al-Muqaddimah, (Mesir : Al- Usrah, 2006)Idri dan Titik Triwulan Tutik, Prinsip Ekonomi Islam, (Jakarta: LintasPustaka,2008)

Hasan, F.A. (2013). Etika Bisnis Al Ghazali. ResearchGate, 9.

Hasan, M, 'Fluktuasi Harga Bahan Baku Dan Dampaknya Terhadap Industri Manufaktur', Jurnal Ekonomi Dan Keuangan, 2022, pp. 78–90

Karim, A. (2017). Islamic Economic Principles.

Karim, A. (2017). Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam. Jakarta: Rajawali Pers.

Karim, A.A. (2008). Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing.

Lestari, 'Perubahan Preferensi Konsumen Di Era Digital.', Jurnal Pemasaran Indonesia, 2019, pp. 203–17

Muhayatsyah, A. (2020). ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSPEKTIF PEMIKIRAN AL-GHAZALI. AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah, 91.

Nanda Sari, N. (2021). ANALISIS PEMIKIRAN EKONOMI IMAM AL-GHAZALI TENTANG BATASAN KEUNTUNGAN DALAM JUAL BELI. *AGHNIYA*, *3*(2).

Nanda Sari, I. (2021). Islamic Views on Profit.

Sumarni, T, 'Dampak Globalisasi Terhadap Persaingan Usaha Di Indonesia', Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia, 2020, pp. 112–30

Zamzam, H. F., & Aravik, H. (2020). Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan. Deepublish