

The Concept of Blessing in the Islamic Business Ethics Paradigm

Muhammad Alwi¹, Muh. Ruslan Abdullah², Muhajirin³, Busrah⁴

^{1,2}Institut Agama Islam Negeri Palopo, ³Universitas Islam Makassar,

⁴Universitas Al Asyariah Mandar

e-mail: muhammad_alwi@iainpalopo.ac.id¹, muh_abdullah@iainpalopo.ac.id²
muhajirum@gmail.com³ busrahbaharuddin@gmail.com⁴

Received: 26 June 2023; Revised: 28 Desember 2023; Published: 30 Desember 2023

Abstrak

Pentingnya etika dalam konsep bisnis Islam, penerapan etika bisnis Islam dapat mencegah terjadinya distorsi pasar dan keberkahan dan keberhasilan bisnis dapat raih melalui penerapan akhlak Muhammad Saw. dalam berbisnis. Artikel ini menggunakan metode deksriptif dengan teknik studi pustaka (*library research*). Hasil kajian menunjukkan bahwa konsep etika bisnis Islam harus sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis yang berlandaskan kepada al-Qur'an dan Hadits diantaranya tidak melakukan kezaliman, dan adanya kerelaan dalam transaksi. Melalui penerapan etika bisnis Islam maka mekanisme harga di pasar dapat berjalan dengan baik sehingga penyebab terjadinya distorsi pasar seperti penipuan, kecurangan, ketidakadilan dan bentuk kezaliman yang lain dapat dihindari. Pelaku usaha yang menerapkan etika bisnis Islam yang sesuai dengan akhlak Rasulullah Saw. Memasukkan nilai kejujuran, amanah, tepat menimbang, menghindari *gharar*, *ihtikar* (tidak melakukan penimbunan barang), *al-tadlis* (tidak melakukan penipuan) dan saling menguntungkan dalam berdagang maka keberkahan dan keberhasilan bisnis akan diperoleh.

Kata kunci: Etika; Keberakahan; Keberhasilan Bisnis

Abstract

The importance of ethics in the concept of Islamic business, the application of Islamic business ethics can prevent market distortions and business blessings and success can be achieved through the application of the morals of Muhammad SAW. in business. This article uses a descriptive method with library research techniques. The results of the study show that the concept of Islamic business ethics must be in accordance with the principles of business ethics which are based on the al-Qur'an and Hadith, including not committing injustice and being willing in transactions. Through the application of Islamic business ethics, price mechanisms in the market can work well so that the causes of market distortion such as fraud, cheating, injustice and other forms of injustice can be avoided. Thus, business actors who apply Islamic business ethics are in accordance with the morals of the Prophet Muhammad. include the values of honesty, trustworthiness, correct judgment, avoiding gharar, ihtikar (not hoarding goods), al-tadlis (not committing fraud) and mutual benefit in trading, then blessings and business success will be obtained.

Keywords: Ethics; Greedy; Business Success

PENDAHULUAN

Dunia bisnis yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis akan menggunakan segala cara untuk mengejar keuntungan materi yang kemudian mengorbankan kepentingan pihak lain dan tidak peduli dengan kerugian masyarakat luas (Wood, 2008). Menurut Angga Syahputra dalam hasil penelitiannya bahwa saat ini banyak pelaku bisnis yang melakukan aktivitas bisnis mengabaikan etika dan hanya memikirkan cara menghasilkan keuntungan materi. Sehingga memahami bisnis adalah bisnis, yang motif utamanya memperoleh keuntungan materi sebanyak-banyaknya (Syahputra, 2019). Sejatinnya aktivitas bisnis dalam Islam tidak hanya semata mencari keuntungan materi yang kemudian mengabaikan keuntungan spiritual berupa keridhaan dan keberkahan bisnis terhadap rejeki yang diberikan oleh Allah Swt. (Siti Amelia, 2022). Hal yang sama juga disampikan (Amran, 2023) dalam penelitiannya bahwa tujuan dari seseorang berdagang bukanlah semata-mata mencari keuntungan materi tetapi yang terpenting adalah mendapatkan keberkahan. Keberkahan usaha adalah kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan di ridhoi Allah Swt. Oleh karena itu penting untuk menerapkan nilai-nilai etika dalam menjalankan aktivitas bisnis agar memperoleh keberkahan bisnis.

Keberkahan harta tidak akan didapatkan dengan tindakan kecurangan, sebagaimana sedekah tidak akan mengurangi harta (Al-Owaidan, 2008). Konsep keberkahan rizki hanya bisa diterima oleh orang yang memiliki keimanan, karena bagi orang berpaham materialistik hanya mengenal penambahan dan pengurangan harta secara materi (Rama Satria, 2023). Keyakinan tentang keberkahan rezki akan mengantarkan seorang pelaku usaha untuk senantiasa berlaku dan bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam (Basri, 2023).

Model etika bisnis Islami dipraktekkan oleh Muhammad Saw. dan menjadi landasan dalam membangun kerangka ekonomi yang Islami, sehingga dibutuhkan pemahaman yang komprehensif terhadap perilaku bisnis yang dilakukan oleh Muhammad Saw. (Syed Shameel Ahmed Quadri, 2023). Nabi Muhammad Saw. merupakan sosok pedagang sejati yang telah memberikan tuntunan dan pedoman dalam melakukan aktivitas bisnis yang baik dan benar serta profesional (Yahya, 2020a).

Miftahur Rahman dalam hasil penelitiannya menemukan bahwa penerapan nilai etika dalam berdagang yang berlandaskan pada akhlak Nabi

Muhammad Saw. mengantarkan pedagang menjadi pedagang yang berhasil dan sukses (Miftahur Rahman, 2022). Menurut Aqil Barqi Yahya bahwa kesuksesan Nabi Muhammad Saw. sebagai seorang pebisnis merupakan satu kesatuan yang utuh dari kemandirian dan semangat berwirausaha. Kejujuran, amanah, kecerdasan, dan keterampilan, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah, menjadi faktor penting dalam menggapai kesuksesan sebagai seorang pedagang (Yahya, 2020a). Prinsip-prinsip yang telah diajarkan dan dicontohkan oleh Muhammad Saw. menjadi pegangan bagi para pedagang muslim dalam menjalankan aktivitas bisnisnya (Nizar, 2018). Terutama Prinsip kejujuran dan keadilan dalam transaksi bisnis menjadi pondasi keberhasilan dan keberkahan dalam berbisnis.

Tindakan kecurangan dapat menyebabkan terjadinya distorsi pasar yang mengganggu mekanisme pasar (Fletcher, 2020). Bentuk kecurangan dalam transaksi yang terjadi di pasar seperti kecurangan dalam kuantitas, kualitas, harga maupun waktu penyerahan barang yang kemudian akan merugikan pihak lain (Karpoff, 2021). Kecurangan dalam kuantitas dengan mengurangi timbangan atau takaran pada saat menjual barang dagangan namun melebihkan takaran dan timbangan pada saat membeli barang dagangan, hal ini akan menjauhkan harta dari keberkahan (Amran, 2023). Tindakan kecurangan sangat dilarang dalam Islam, karena mendatangkan mudharat dan kezaliman terhadap salah satu pihak (Ibodullaevich, 2021). Ketika terjadi penipuan pihak yang tertipu boleh memilih apakah meneruskan atau membatalkan transaksi yang dikenal dengan istilah *khiyar*. (Musfira, 2016). Hal ini diperkuat dengan ayat Al Qur'an dalam QS. Al-Mutaffifin/83: 1-7.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝١ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝٢ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُواهُمْ يُخْسِرُونَ ۝٣

Terjemahnya:

Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.

Ayat tersebut memberikan penjelasan bahwa transaksi harus dilakukan secara adil tanpa mengurangi atau melebihkan takaran atau timbangan (Purnama, 2023). Tindakan kecurangan akan di pertanggungjawabkan dimana manusia akan dibangkitkan (Alvinka Dewi Cahyana, 2022). Mengambil hak orang lain secara batil akan mendapatkan ganjaran baik di dunia terlebih akhirat kelak, dengan melakukan kecurangan ganjaran akan

dimasukkan kedalam neraka dan akan mendapatkan siksaan (Nur Alisa Baharuddin, 2023).

Bukan hanya mendapatkan azab yang sangat pedih dari Allah Swt. ketika pedagang melakukan kecurangan dalam menakar atau menimbang juga melanggar ketentuan undang-undang. Sebagaimana dalam UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8 Ayat (1) huruf c menegaskan “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya” (Republik Indonesia, 1999).

Oleh karena itu, etika yang mesti diterapkan oleh pedagang muslim yang berlandaskan kepada akhlak yang mulia (*mahmudah*) seperti berlaku jujur dan adil baik sebagai produsen, konsumen, penjual dan pembeli (Syariah Hafizhoh, 2023). Menurut (Maimanah, 2022) bahwa menjadikan Nabi Muhammad Saw. sebagai figur terbaik dalam melakukan aktivitas dagang, sehingga keberkahan dan keberhasilan bisnis bisa diraih. Lebih lanjut (Abdullah, 2022) bahwa sifat dan krakter yang melekat pada diri Muhammad Saw. mengantarkannya mencapai kesuksesan bisnis baik ketika bersama pamannya terlebih ketika bersama Khadijah. Dalam artikel ini akan diuraikan bagaimana konsep landasan etika dalam Islam, bagaimana prktek etika bisnis Islam dalam mencegah distorsi pasar dan bagaimana relevansi akhlak Muhammad Saw. dalam keberhasilan bisnis.

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik studi pustaka (*library research*) dalam mengumpulkan data dari berbagai sumber yang relevan dengan kajian, berupa artikel ilmiah, buku dan sumber bacaan yang lain terkait pokok bahasan implementasi etika bisnis Muhammad Saw. Dalam mencapai keberkahan dan kesuksesan suatu bisnis atau perdagangan. Kemudian Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu peneliti mendeskripsikan dan menginterpretasi hasil bacaan buku dan kajian literatur dari jurnal ilmiah nasional dan internasional.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konsep Etika dalam Bisnis Islam

Etika memiliki akar kata dari *ethos* yang artinya kebiasaan, moral atau *mores* juga memiliki makna yang sama (Hasan, 2019). Sedangkan dalam bahasa Arab dikenal dengan kata akhlak yang dalam bentuk jamaknya yaitu *khuluq* (budi pekerti atau karakter) (Yahya, 2020a). Kesadaran moral merupakan wujud dari etika tentang keyakinan baik dan benarnya sesuatu (Tamara Firdaus Basyir, 2021). Ketika melakukan sesuatu yang diyakini tidak benar akan timbul perasaan bersalah *self-respect* (menghargai diri) dan berusaha untuk meninggalkannya, karena setiap tindakannya akan dipertanggung jawabkan kepada dirinya sendiri (Nizar, 2018).

Etika dan moral memiliki makna yang sama yaitu kebiasaan atau adat istiadat yang menunjukkan perilaku seseorang terhadap tindakan dan perbuatan yang dianggap benar atau tidak (Elihami, 2019). Nilai kebaikan, dan kebenaran yang berlaku di masyarakat diwujudkan dalam tindakan etika untuk menciptakan kedamaian dalam kehidupan masyarakat, sehingga kondisi kehidupan masyarakat lebih baik.

Menurut (Sukaeningsih, 2022) bahwa konsep etika dalam dunia bisnis Islam merupakan perwujudan perilaku untuk mengantisipasi ketidakadilan dalam bisnis seperti penipuan, penggelapan dan bentuk kezaliman yang lain. Landasan dalam konsep etika bisnis Islam berlandaskan pada ketentuan Al Qur'an dan hadits, ijmak dan qiyas para ulama serta pengalaman bisnis yang dilakukan oleh kalangan umat Islam. Adapun prinsip-prinsip Etika Bisnis yang berlandaskan kepada Al-Qur'an (Latifah, 2019) yaitu:

1. Melarang aktivitas perdagangan yang dilakukan dengan cara yang batil (QS. Al-Nisa/4:29). Transaksi bisnis yang dilakukan didasarkan pada kerelaan dan keterbukaan informasi sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. Mengambil hak pihak lain secara batil termasuk perbuatan yang menganiaya (QS. Al-Nisa/4:30). Sementara pelaku usaha yang menghindari perbuatan kezaliman akan mendapatkan keselamatan dan kemuliaan (QS. Al-Nisa/4:31).
2. Transaksi bisnis yang mengandung unsur riba dilarang dalam bisnis Islam (QS. Al-Baqarah/2: 275).
3. Zakat, infak dan sedekah memiliki fungsi sosial dalam kegiatan bisnis (QS. Al-Taubah/9:34) harta bisa berkembang dengan adanya interaksi berbagai pihak dalam berbagai bentuk termasuk zakat dan sedekah.

4. Mengurangi timbangan dan takaran merupakan tindakan kezaliman karena mengambil hak orang lain (QS. Hud/11: 85), karena itu, timbangan dan takaran harus disempurnakan (QS. Al-A'raf/7: 85 dan QS. Al-Baqarah/2: 205).
5. Menyeimbangkan antara sisi ekonomi dan sosial, kebaikan dan keselamatan tidak melakukan kerusakan dan ketidakadilan.
6. Dilarang melakukan tindakan kezaliman baik terhadap diri sendiri terlebih kepada pihak lain dalam transaksi bisnis (QS. Al-A'raf/7: 85 dan QS. Al-Baqarah/2: 205).

Penerapan prinsip etika bisnis Islam akan mengantarkan seorang pelaku usaha mencapai kesuksesan berdagang membawa keberkahan baik di dunia maupun di akhirat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Ribut Suprpto, 2021) bahwa pedagang yang menjalankan bisnis menerapkan etika bisnis Islam serta tetap menjaga kualitas dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga perkembangan bisnis dapat berjalan dengan baik. (Miftahur Rahman, 2022) dalam hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa pedagang yang enggan menerapkan etika bisnis Islam yang hanya mementingkan profit atau keuntungan materi semata tanpa mencari keberkahan dan keuntungan akhirat dari berbisnis akan sulit mempertahankan keberlanjutan usahanya. Pelaku usaha yang mengabaikan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam bisnisnya akan sulit bertahan karena mengabaikan kepentingan orang lain, sehingga tidak memperoleh keberkahan dalam berbisnis.

Aplikasi Etika Bisnis Islam dalam Mencegah Distorsi Pasar

Kemaslahatan dan kesejahteraan ekonomi bisa terwujud dengan terpenuhinya kebutuhan primer dan sekunder, salah satu elemen penting dalam mempertemukan pemenuhan kebutuhan manusia adalah pasar (Astron, 2021). Pasar merupakan tempat mempertemukan mekanisme permintaan dan penawaran terhadap barang dan jasa yang dibutuhkan manusia (Ghafur, 2019). Instrumen uang sebagai alat tukar dalam transaksi yang terjadi di pasar. Menurut (Cahyono, 2020) bahwa setiap orang memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda, untuk memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa maka seseorang akan mendatangi suatu tempat yang dikenal dengan nama pasar.

Menurut (Ira Puspita, Fida Muqarafah, 2023) bahwa mekanisme pasar yang Islami terjadi ketika penentuan harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran yang terjadi dalam suatu transaksi di pasar, tanpa

mengesampingkan kekuatan yang lain yang berasal dari luar pasar. Lebih lanjut menurut (Simal, 2019) bahwa harus ada kerelaan yang menjadi landasan dalam kesepakatan harga antara permintaan dan penawaran, agar tidak ada pihak yang tertekan untuk melakukan kesepakatan transaksi yang akan memunculkan kezaliman. Oleh karena itu pasar dalam pandangan Islam harus mewujudkan keadilan antara berbagai pihak yang terlibat dalam transaksi perdagangan dan melarang semua praktik perdagangan yang berpotensi terjadinya kemudharatan dan kezaliman.

Pelaku bisnis yang mengabaikan etika bisnis Islam akan mengupayakan segala cara untuk mencapai tujuan (Zawawi, 2023). Secara filosofi bahwa pelaku bisnis memiliki tujuan memaksimalkan keuntungan (Butarbutar, 2019). Sementara etika bisnis Islam melarang pelaku bisnis melakukan tindakan kecurangan, bersumpah palsu, interaksi dengan riba, menyuap dan sebagainya yang bisa mengakibatkan terjadinya distorsi pasar.

Sehingga menurut (Nafiuddin, 2019) bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam perdagangan sangat urgen, untuk menciptakan mekanisme pasar yang seimbang. Sehingga pelaku bisnis dituntut untuk menerapkan konsep etika bisnis Islam seperti berlaku jujur, adil dan objektif, tidak melakukan kecurangan, tidak ingkar janji serta menghindari sifat tidak terpuji lainnya, sehingga bisnis dapat saling menguntungkan, kedua belah pihak dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli saling membutuhkan.

Menurut (Sari, 2018) bahwa norma Islam menjadi pondasi dalam menegakkan etika perdagangan yang Islami, sesuai dengan tuntunan ajaran Islam agar distorsi pasar tidak terjadi. Distorsi pasar merupakan gangguan terhadap mekanisme pasar yang mengakibatkan kondisi yang tidak optimal dan efisien dalam pembentukan harga (Meichio Lesmana, Siti Nurma Rosmitha, 2020). Selanjutnya (Lesmana, 2021) dalam tesisnya menemukan bahwa distorsi pasar dapat dicegah dengan menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam perdagangan dengan menegakkan perdagangan Islami dengan tidak memperdagangkan barang-barang yang haram, memelihara nilai-nilai kejujuran, kebenaran, dan amanah, menerapkan keadilan dan menghindari transaksi yang mengandung unsur riba, memperkuat rasa saling menyayangi, saling menasehati dalam kebaikan, dan tidak melakukan tindakan monopoli untuk mendapatkan keuntungan pribadi, memperkuat persaudaraan dan saling menghargai dalam toleransi dan memiliki prinsip bahwa tujuan aktivitas perdagangan bukan hanya keuntungan materi tetapi merupakan bekal untuk akhirat. Ketika para pelaku bisnis mampu menerapkan nilai-nilai tersebut maka distorsi pasar tidak akan terjadi. Mekanisme harga di pasar akan

berjalan dengan baik, dan kesimbangan harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran.

Pada dasarnya dalam ranah muamalah semua transaksi dibolehkan kecuali yang dilarang (Arifkan, 2020). Beberapa hal yang dilarang dalam sebuah transaksi jual beli yaitu dilarang memperjualbelikan sesuatu yang secara zat diharamka (Zahro, 2021). Barang yang diperdagangkan atau diperjualbelikan harus jelas kehalalan zatnya. Dilarang memperjualbelikan darah, bangkai, babi, minuman yang memabukkan dan lain sebagainya (QS. Al-Nahl/16:115). Selain itu dilarang melakukan transaksi yang melanggar ketentuan prinsip *'an taradin minkum* seperti penipuan (*tadlis*) dan melanggar ketentuan prinsip *latazlimuna wa latuzlamun* seperti transaksi yang mengandung unsur *Gharar* atau *Taghrir*. Dilarang melakukan *Ihtikar* (penimbunan barang), rekayasa permintaan (*Bai'un al-Najasy*), riba, Perjudian (*maysir*) dan suap-menyuap (*Risywah*).

Konsep etika bisnis Islam sangat dibutuhkan untuk menghindari transaksi bisnis yang dilarang. Mencari nafkah melalui jalan perdagangan bisa menjadi sarana ibadah ketika diniatkan untuk mencari keridhaan Allah Swt, sehingga bisnis yang dilakukan tidak menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan (Wijayanti, 2018). Prinsip etika bisnis Islam harus dijunjung tinggi untuk memperoleh keberhasilan dan keberkahan bisnis.

Namun demikian, sering dijumpai pelaku usaha dalam menjalankan bisnis mengabaikan nilai-nilai etika, sehingga pelaku usaha yang berlebihan memuji barang dagangannya, bersumpah palsu dengan motif untuk menarik pelanggan untuk membeli barang dagangannya. Bersumpah palsu akan mendatangkan kebinasaan dan menghilangkan keberkahan jual beli serta bisa menyebabkan terjadinya distorsi pasar (Amijaya, 2019). Bersumpah atas nama Allah, boleh jadi mempercepat lakunya barang dagangan, tetapi mudharatnya jauh lebih besar (Yati, 2021). Karena itu jauh lebih baik diam dari pada terlalu berlebihan memuji barang dagangan apalagi sampai bersumpah (Fera Silvia, Muliana, Lailanur Fadillah Nasution, 2023). Hal ini sebagaimana dalam QS. Al-Nahl/16: 94.

وَلَا تَتَّخِذُوا أَيْمَانَكُمْ دَخَلًا ۗ ... ٩٥

Terjemahnya:

Janganlah kamu jadikan sumpah-sumpahmu sebagai alat penipu di antara kamu....

Ketika terjadi tindakan yang bersifat *zhulm* sehingga terjadi distorsi pasar atau harga tidak berada pada titik keseimbangan, pemerintah sangat

berperan untuk mengambil kebijakan berupa penetapan harga dengan melihat faktor-faktor penyebab terjadinya distorsi tersebut dan mengembalikan harga pada titik keseimbangan.

Relevansi akhlak Muhammad SAW dalam Keberkahan dan keberhasilan Bisnis

Kepribadian dan akhlak Muhammad Saw. yang mengantarkannya mencapai keberhasilan bisnis ditengah realitas masyarakat jahiliyah yang jauh dari peradaban kemanusiaan (Ghina Wahyuningsih, 2020). Kemampuan Muhammad Saw. dalam mengelola bisnis yang dipercayakan oleh Khadijah kepadanya nampak pada keuntungan bisnis yang didapatkan (Yahya, 2020b). Pengalaman dan kemampuan dagang yang dimiliki Muhammad Saw., sehingga diberikan kepercayaan penuh oleh Khadijah untuk membawa barang-barang dagangan dari tempat satu ke tempat yang lain.

Menurut (Hamzah, 2021) bahwa semangat berwirausaha dan kemandirian menjadi satu kesatuan yang ada pada diri Muhammad Saw. sebagai seorang pebisnis. Faktor penting yang harus dimiliki sebagai seorang pebisnis untuk menggapai kesuksesan yaitu menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam seperti prinsip kejujuran, amanah, pelayanan yang baik, memperluas jaringan bisnis, membangun kemitraan, cerdas dalam mengelola bisnis, memiliki keterampilan dan menyelaraskan antara bekerja dan ibadah (Hamzah, 2016).

Banyak penyimpangan yang dilakukan oleh bangsa Arab Jahiliyah pada masa awal penyebaran agama Islam termasuk dalam transaksi perdagangan (Rasyidah, 2020). Bersikap tidak jujur dalam berdagang, menyembunyikan cacat barang dagangannya, penimbangan dan menakar barang tidak tepat, menimbung barang basah dengan barang kering dan berbagai bentuk kecurangan dan penipuan yang lain. Sosok Muhammad Saw. hadir ditengah-tengah mereka untuk merubah prilaku dan akhlak yang buruk dari masyarakat jahiliyah (QS Al-Ahzab/33: 21), kondisi malpraktik bisnis yang dilakukan masyarakat secara perlahan di rubah oleh Muhammad Saw. dengan memberikan teladan yang baik dalam berbisnis (Saifullah, 2016). Menurut (Aravik, 2020) bahwa konsep etika bisnis Muhammad Saw. yang harus menjadi tuntunan bagi pelaku bisnis untuk mencapai keberhasilan dan keberkahan bisnis antara lain yaitu:

1. Prinsip Kejujuran

Etika dasar Muhammad Saw. adalah kejujuran dalam melakukan transaksi bisnis. Sebelum menjadi pelaku bisnis dan jauh sebelum diangkat menjadi Rasul masyarakat Makkah memberikan gelar *al-Amīn*

(dapat dipercaya) (Rohmah, 2016). Kejujuran Muhammad Saw. menjadi kepribadian dan akhlak mulia yang melekat pada dirinya, sehingga masyarakat sangat mempercayanya (Dahlan, 2018). Ketika bisnis dibangun diatas kejujuran maka pelanggan akan mampu dipertahankan dan akan mengatarkan kepada kesuksesan dan keberkahan bisnis.

2. Amanah

Kata amanah berasal dari kata *amuna, ya'munu* yang memiliki arti bisa dipercaya. Dalam literatur fiqh, amanah berarti kepercayaan seseorang kepada orang lain yang memiliki kaitan dengan harta benda (Rahmad Hakim, 2020). Muhammad Saw. ketika dipercayakan oleh Khadijah sebagai karyawan untuk membawa barang dagangan ke berbagai daerah, kepercayaan tersebut dijaga dengan baik oleh Muhammad Saw. dengan penuh tanggungjawab menjaga dan mengamankan barang dagangan selama dalam perjalanan (Bedjo Santoso, 2022). Seorang pedagang hendaknya senantiasa menjaga amanah atau kepercayaan yang telah diberikan kepadanya, jangan sekali-kali mengkhianati amanah yang telah dipercayakan kepadanya. Karena sekali amanah dikhianati maka seseorang tidak akan lagi poercaya kepadanya.

3. Tepat menimbang

Transaksi perdagangan yang dilakukan dengan cara menimbang maupun menakar harus seimbang. Dalam hal ini tidak boleh mengurangi atau melebihkan timbangan maupun takaran (Pangiuk, 2019). Etika bisnis Muhammad Saw. dalam melakukan transaksi jual beli dilakukan dengan seimbang. Begipun dalam melakukan transaksi barter antara barang harus seimbang kualitas dan kuantitasnya, seperti menukar barang kering dengan barang kering dibolehkan. Sementara dilarang menukarkan barang kering dengan barang basah, karena akan merugikan salah satu pihak. Muhammad Saw. menjauhi transaksi *muzabana* dan *muhaqala*. *Muzabana* yaitu transaksi pertukaran antara kurma dengan kualitas bagus dengan kurma dengan kuliatas tidak bagus (kering) dilakukan dengan cara menimbang. Sedangkan *muhaqalah* merupakan transaksi pertukaran antara padi yang belum dipanen dengan gabah yang sudah digiling (Wahyuni, 2019). Transaksi *muzabana* dan *muhaqalah* dilarang karena akan merugikan atau menzalimi salah satu pihak, terdapat ketidakjelasan kualitas dan kuantitas barang yang pertukarkan.

4. Menghindari *Gharar*

Gharar berasal dari kata *al-khatar* yang berarti ketidakjelasan sesuatu dengan tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Muhammad Saw. menghindari praktek perdagangan yang mengandung unsur *gharar*, karena terbuka ruang untuk terjadinya sengketa atau perselisihan antara kedua belah pihak (Mardani, 2015). *Gharar* bisa terjadi karena ketidakjelasan barang (objek) yang ditransaksikan baik penjual maupun pembeli sama-sama tidak memiliki informasi secara utuh dan sempurna tentang kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan barang yang ditransaksikan (Rahman, 2018). Oleh karena itu untuk menghindari terjadinya transaksi *gharar* maka pedagang harus terlebih dahulu memastikan kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan barang yang ditransaksikan agar pihak yang bertransaksi memiliki informasi yang sama terhadap objek barang yang ditransaksikan.

5. *Ihtikar* (tidak melakukan penimbunan barang)

Penimbunan barang yang dilarang sangat terkait dengan motif atau tujuan barang ditimbun atau ditahan, kalau penimbunan barang dilakukan untuk menjaga stok barang agar harganya tetap stabil maka hal ini diperbolehkan. Tetapi sebaliknya kalau penimbunan barang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan lebih dari kenaikan harga akibat persediaan barang kurang dipasaran maka hal ini dilarang dalam perdagangan Islam (Fuadi, 2021). Muhammad Saw. menjauhi praktek bisnis dengan cara menimbun barang untuk memperoleh keuntungan, barang dagangan yang dibawa dalam perjalanan dagang selalu habis dijual. Keterbatasan alat transportasi pada saat itu yang menjadi kendala untuk membawa barang dagangan dalam jumlah yang banyak.

6. *Al-ghabn* dan *al-tadlīs* (tidak melakukan penipuan).

Al-ghabn adalah suatu transaksi jual beli dengan cara membeli diatas harga pasar atau membeli dibawah dari harga pasar. Sedangkan *tadlīs* atau penipuan yaitu menyembunyikan atau tidak menyampaikan informasi secara utuh terkait kondisi barang yang ditransaksikan terhadap pihak lain (Wahyuni, 2019). Muhammad Saw. dalam memperdagangkan barang dagangannya menjual dengan harga yang wajar dan normal sesuai dengan harga pasar agar sirkulasi perekonomian berjalan dengan baik (Jamin, 2018). Ketika pedagang menjual di atas maupun di bawah dari harga pasar maka akan mengganggu mekanisme permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Distribusi barang dan jasa harus merata ke lapisan masyarakat, sehingga bukan hanya sekelompok orang yang

bisa menikmati barang dan jasa (Syukur, 2018). Aktivitas bisnis bisa berjalan dengan baik ketika perputaran barang dan jasa stabil di masyarakat. Muhammad Saw. tidak kompromi terhadap tindakan penipuan yang dilakukan oleh pedagang. Bahkan mengecam pedagang yang melakukan kecurangan dan penipuan dipasar. Informasi terkait barang yang dijual harus diketahui oleh konsumen, agar tidak ada pihak yang dirugikan.

7. Saling menguntungkan

Setiap transaksi perdagangan menginginkan keuntungan, pedagang ingin mendapatkan keuntungan berupa profit dari barang yang jualnya, begitupun konsumen menginginkan keuntungan berupa manfaat dari barang yang dibelinya (Sangadji, 2022). Jadi pada dasarnya tujuan bisnis adalah untuk mendapatkan keuntungan, tetapi keuntungan yang didapatkan tidak boleh mengorbankan yang lain. Konsep yang diajarkan oleh Muhammad Saw. dalam berbisnis adalah sama-sama menikmati keuntungan dari suatu transaksi perdagangan. Keberkahan dan keberhasilan bisnis bisa diraih dengan memberikan manfaat kepada pihak lain berupa keuntungan manfaat.

Prakteknya untuk melakukan bisnis sesuai prinsip ajaran Islam telah dipraktekkan oleh Rasulullah Saw. menjadi pedoman bagi umat Islam, sehingga ketika pelaku usaha melakukan bisnis sesuai ajaran Rasulullah maka sama dengan menjalankan sunah Rasulullah Saw. (Iqbal, 2021). Menurut hasil penelitian (Ghina Wahyuningsih, 2020) bahwa di era globalisasi sudah banyak pelaku usaha yang menerapkan perilaku Rasulullah Saw. dalam bisnisnya, untuk mencapai keberhasilan bisnis diantaranya yaitu berorientasi pada pelanggan dengan menjaga kepuasan konsumen, keterbukaan kepada pelanggan dengan menerapkan aspek jujur dalam perniagaan, melakukan persaingan yang sehat di dalam pasar ekonomi, harus memperhatikan aspek keadilan agar tidak ada pihak yang tertindas atau merasa dirugikan ketika menjalin bisnis.

Etika bisnis Islam diterapkan akan mendatangkan kemaslahatan bagi setiap orang, yang mana etika bisnis Islam apabila akan berdampak positif dalam berbagai aspek seperti aspek hukum, aspek lingkungan, aspek sosial, aspek finansial, aspek pemasaran, serta aspek manajemen dan sumber daya manusia (SDM) (Alimuddin, 2020). Segala perbuatan baik dan buruk pada akhirnya akan memberikan dampak, begitu pula dalam dunia bisnis yang mana etika bisnis berpengaruh besar dalam kemajuan dan kehancuran suatu bisnis.

KESIMPULAN

Etika bisnis Islam berdasarkan pada prinsip kerelaan dan keterbukaan dalam suatu transaksi, menghindari kebatilan dalam proses bisnis, saling menguntungkan dan tidak ada pihak yang dirugikan, menghindari adanya unsur riba dalam bisnis, tidak melakukan pengurang takaran dan timbangan terhadap barang yang diperjualbelikan, menegakkan nilai-nilai keadilan dan keseimbangan dalam berbisnis, mengutamakan keselamatan dan kebaikan dengan berusaha menghindari keburukan (kebatilan) dalam dunia bisnis, tidak melakukan tindakan kezaliman terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Ketika prinsip ini dijalankan dan diterapkan dalam transaksi perdagangan dilakukan pasar, hal ini bisa mencegah terjadinya distorsi pasar. Sehingga mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan distribusi barang dan jasa stabil. Muhammad Saw. merupakan teladan terbaik dalam melakukan aktivitas bisnis. Etika bisnis Islami yang diajarkan oleh Muhammad Saw. melalui akhlak dan kepribadiannya dalam berbisnis. Keberkahan dan keberhasilan bisnis bisa diraih dengan menerapkan nilai etika yang telah dicontohkan oleh Muhammad Saw. di antaranya nilai kejujuran, amanah, adil, menghindari *Maysir*, *Gharar* dan Riba). Berbisnis atau berdagang bukan hanya mencari keuntungan materi tetapi keuntungan spritual yang harus menjadi prioritas seorang pedagang muslim untuk mencapai keselamatan dunia dan akhirat (*falah*).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F. (2022). Exploring Emotional And Spiritual Intelligence Of Prophet Muḥammad Saw.". *Al-Itqan: Journal Of Islamic Sciences And Comparative Studies*, 6(4), 107-125.
- Al-Owaihan, A. J. A. and A. (2008). Islamic work ethic: a critical review. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 15(1), 5-19.
- Alimuddin, A. (2020). Etika Produksi dalam Pandangan Maqasid Syari'ah. *NIZHAM*, 8(1).
- Alvinka Dewi Cahyana, N. S. A. M. dan M. D. (2022). Implementasi Al-Mutaffifin dalam Penerapan GCG terhadap Pencegahan Kecurangan. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(3).
- Amijaya, M. Y. S. and R. N. F. (2019). E-commerce based on the law of buying and selling in Islam. *KnE Social Sciences*, 1360-1370.
- Amran, A. A. dan. (2023). Timbangan/Takaran dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah. *Wasatiyah: Jurnal Hukum*, 4(1), 30-45.

- Aravik, H. F. Z. dan H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Deepublish.
- Arifkan, H. dan M. (2020). Konsep Islam Tentang Keadilan Dalam Muamalah. *Syar'ie: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 3(2), 172-185.
- Asron, M. (2021). *Pemikiran Ekonomi Imam Al-ghazali Tentang Konsep Pasar Islami (sebuah Tinjauan Okonomi Syariah)*. Universitas Islam Riau.
- Basri, A. A. dan H. (2023). Prinsip Kejujuran dalam Jual Beli Menurut Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(6), 2535-2546.
- Bedjo Santoso, dan A. A. (2022). *Pemikiran dan Praktik Ekonomi Islam Sejak Masa Nabi Muhammad SAW. Hingga Masa Kontemporer (Vol. 1)*. Caremedia Communication.
- Butarbutar, B. (2019). Peranan Etika Bisnis dalam Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 187-195.
- Cahyono, H. (2020). Konsep Pasar Syariah dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 1(2), 14-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.47453/ecobankers.v1i2.171>
- Dahlan, M. (2018). Nabi Muhammad saw.(Pemimpin Agama dan Kepala Pemerintahan). *Rihlah: Jurnal Sejarah Dan Kebudayaan*, 6(2), 178-192.
- Elihami, S. dan. (2019). Peranan pendidikan nonformal dan sarana pendidikan moral. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 1(1), 173-186.
- Fera Silvia, Muliana, Lailanur Fadillah Nasution, S. W. H. dan J. N. (2023). Strategi Pemasaran Perdagangan Perspektif Islam Di Pasar Tradisional:(Studi Kasus Desa Lalang). *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 299-310.
- Fletcher, G.-G. S. (2020). Macroeconomic consequences of market manipulation. *Law & Contemp. Probs.*, 83, 123.
- Fuadi. (2021). *Ekonomi Syariah*. Yayasan Kita Menulis.
- Ghafur, A. (2019). Mekanisme Pasar perspektif islam. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1).
- Ghina Wahyuningsih, F. N. J. dan M. R. P. (2020). Berbisnis Berdasarkan Perilaku Rasulullah Saw. *At-Thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 2(1), 309-318.
- Hamzah. (2016). *Konsep Kewirausahaan dalam Al-Qur'an*. Institut PTIQ Jakarta.
- Hamzah. (2021). Nilai-Nilai Spiritual Entrepreneurship (Kewirausahaan) Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Syar'ie*, 4(1), 43-53.
- Hasan, N. (2019). Relasi Prinsip Tauhid dalam Ekonomi Islam terhadap Pemikiran Etika Murthada Muthahari. *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam*, 4(2), 147-155.
- Ibodullaevich, K. K. (2021). Islam in the fight against corruption the role and role of religion. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(3), 1883-1887.
- Iqbal, M. (2021). Potret Kehidupan Ekonomi pada Masa Nabi: Aplikasi Mudharabah dalam Perbankan Syariah. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 1(2), 23-35.

- Ira Puspita, Fida Muqarafah, dan A. S. (2023). Menyoal Pasar dalam Perspektif Islam. *Jurnal Mas Mansyur*, 1(2).
- Jamin. (2018). Analisa Hukum Islam Terhadap Keuntungan dalam Jual Beli. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 2(1), 108–127.
- Karpoff, J. M. (2021). The future of financial fraud. *Journal of Corporate Finance*, 66, 101694.
- Latifah, S. N. (2019). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Muhammad Saw Terhadap Customer Retention dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Pendapatan Internal Stakeholders (Studi Kasus pada Unit Usaha Penjualan dan Jasa Penggilingan Daging Pelita Jaya Jember). *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 97–140.
- Lesmana, M. (2021). *Tinjauan Ekonomi Islam Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Pada Pasar Induk Tradisional Giwangan)*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Maimanah, B. dan. (2022). Islamisme dan Habib Preneur: Dinamika Bisnis Para Habib di Kalimantan. *Al-Banjari: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Keislaman*, 21(1), 14–32.
- Mardani. (2015). *Fiqh ekonomi syariah: Fiqh muamalah*. Prenada Media.
- Meichio Lesmana, Siti Nurma Rosmitha, A. R. B. (2020). Analisis Penerapan Etika Jual Beli Islami Dalam Meminimalisir Distorsi Pasar Pada Pasar Tradisional. *Islamic Economica Journal*, 6(2), 175–192. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21111/iej.v6i2.4865>
- Miftahur Rahman, L. D. dan M. I. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Batik di Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan. *Robust: Research of Business and Economics Studies*, 2(2), 127–141.
- Musfira, dan A. A. (2016). Analisis Tingkat Kecurangan dalam Takaran dan Timbangan bagi Pedagang Terigu (Studi Kasus di Pasar Sentral Maros). *Jurnal Iqtisaduna*, 2(1), 18–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v2i1.2394>
- Nafiuddin. (2019). Memahami Sifat Shiddiq Nabi Muhammad SAW Perspektif Bisnis Syariah. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 6(2), 116–126.
- Nizar, M. (2018). Prinsip Kejujuran dalam Perdagangan Versi Islam. *Jurnal Istiqro*, 4(1), 94–102.
- Nur Alisa Baharuddin, A. A. dan H. B. (2023). The The Phohibition of Usury and its Implications for the Economy. *ADL ISLAMIC ECONOMIC: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(2), 162–176.
- Pangiuk, A. (2019). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Penggunaan Timbangan Sembako Dalam Jual Beli (Studi Kasus di pasar Mendahara Ilir, Tanjabtim). *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 4(1), 39–51.
- Purnama, R. R. K. dan K. D. (2023). Dampak Kecurangan dalam Jual Beli Menurut Tafsir Al-Qur'an. *Ulumul Qur'an: Jurnal Kajian Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 3(1), 57–71.
- Rahmad Hakim, dan A. S. (2020). Makna Dan Klasifikasi Amanah Qur'ani Serta

- Relevansinya dengan Pengembangan Budaya Organisasi. *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran Dan Hadis*, 4(1), 119-144.
- Rahman, M. F. (2018). Hakekat dan Batasan-Batasan Gharar dalam Transaksi Maliyah. .." *SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-I*, 5(3), 255-278.
- Rama Satria, A. A. dan A. (2023). Konsep Berkah dalam Perspektif Tafsir. *MUSHAF JOURNAL: Jurnal Ilmu Al Quran Dan Hadis*, 3(3), 490-500.
- Rasyidah, A. (2020). Pendidikan Pada Masa Rasulullah Saw Di Makkah Dan Di Madinah. *AL-HIKMAH (Jurnal Pendidikan Dan Pendidikan Agama Islam)*, 2(1), 32-44.
- Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. In *Lembaran Negara RI Tahun 8 (1999)*.
- Ribut Suprpto, M. dan I. F. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Penjual Bahan Laundry Di Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 2(2), 1-18.
- Rohmah, N. (2016). Perdagangan Ala Nabi Muhammad SAW Gambaran Tauladan Yang Hilang Di Perdagangan Global. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 4(2), 100-131.
- Saifullah, M. (2016). Kajian Sejarah: Etika Bisnis dalam Praktek Mal Bisnis Muhammad. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 27-46.
- Sangadji, E. M. (2022). *Salesmanship (kepenjualan)*. Bumi Aksara.
- Sari, N. (2018). Praktik Pedagang Pasar Tradisional: Fakta dan Solusi Penerapan Etika Bisnis Islami. *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial*, 8(1), 73-95.
- Simal, A. H. (2019). Pelaksanaan jual beli dengan menggunakan akad As-Salam ditinjau dari prinsip Tabadul Al-Manafi. *Jurnal Cahkim*, 15(1).
- Siti Amelia, dan M. I. F. (2022). Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi dan Distribusi pada UMKM terhadap Profitabilitas dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 305-313.
- Sukaeningsih, N. (2022). Etika Kemitraan dalam Perspektif Quran dan Hadis. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 16-35.
- Syahputra, A. (2019). Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam. *Jurnal At-Tijarah*, 1(1).
- Syariah Hafizhoh, et al. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Penjualan Roti Krispi: Konsep dan Implementasi. *Student Research Journal*, 1(4), 51-61.
- Syed Shameel Ahmed Quadri, at al. (2023). Cultural Business Ethics from Islamic Business Model and Current Trading Challenges. *Russian Law Journal*, 11(10).
- Syukur, M. (2018). Distribusi Perspektif Etika Ekonomi Islam. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(2), 33-51.
- Tamara Firdaus Basyir, D. R. D. dan Z. N. (2021). Refleksi Sifat Rasulullah dalam Etika Professional Akuntan Indonesia. *El-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 47-74.

- Wahyuni, D. (2019). Etika Bisnis Dalam Perspektif Alquran: Menggali Nilai Ideal Moral Sebagai Upaya Kontekstual-Universal. *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 4(2), 256–271.
- Wijayanti, R. (2018). Membangun Entrepreneurship Islami dalam Perspektif Hadits. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 13(1), 35–50.
- Wood, G. S. and G. (2008). A model of business ethics. *Journal of Business Ethics*, 77, 303–322.
- Yahya, A. B. (2020a). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30651/jms.v5i1.4768>
- Yahya, A. B. (2020b). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1).
- Yati, N. A. dan F. (2021). Halal Serupa Haram: Analisis Praktek Jual Beli Air Nira Yang Difermentasikan. *Saqifah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 75–89.
- Zahro, D. I. dan S. F. (2021). Transaksi Terlarang Dalam Ekonomi Syariah. *KEADABAN*, 3(1), 26–35.
- Zawawi, A. (2023). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Koperasi Sunan Drajat Lamongan. *Al-Muzdahir: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 10–16.