

Pasar Itu "Masjid"

Oleh **Mustafa Khamal Rokan**

Pengajar Hukum Bisnis Fakultas Syariah UIN Sumatera Utara

Dalam sambutan pada pembukaan Kongres Umat Islam Indonesia (KUII) di Yogyakarta, Senin (9/2), Jusuf Kalla (JK) menceritakan bahwa ia sempat protes ketika mengunjungi sebuah pesantren, dan ada yang menyampaikan pasar merupakan tempat yang dibenci Nabi Muhammad SAW. Spontan JK mengatakan, hal itu tak mungkin, sebab Nabi Muhammad SAW adalah seorang pedagang. Dugaan penulis bahwa hadis yang dimaksudkan orang pesantren itu adalah "seburuk-buruk tempat adalah pasar" (HR. Hakim. Lihat al-Suyuthi al-Jami' al-Shagir).

Tentu, memahami hadis di atas harus tepat dan tidak dapat terlepas dari konteks sehingga dapat memahaminya dengan benar. Bagaimana mungkin Nabi Muhammad SAW yang merupakan pelaku pasar sejak belia, motivator bisnis, pengawas dan pengambil kebijakan pasar saat menjadi pemimpin di Madinah membenci institusi pasar. Makna hadis di atas adalah menunjukkan realitas pasar adalah tempat yang sering terjadi kecurangan sehingga harus disikapi secara berhati-hati, penuh waspada.

Pasar sebagai tempat berdagang merupakan tempat peredaran uang, dan merupakan pusat kepentingan banyak pihak bahkan hampir semua orang berkepentingan terhadap pasar. Karenanya, tidaklah mengherankan jika di pasar banyak dijumpai praktek-praktek kotor dalam berbisnis seperti menipu, menjelek-jelekkan produk orang lain, praktek spekulatif, riba, praktek monopoli dan seterusnya.

Karena itulah, dalam hadis-hadis lain, Rasulullah SAW mengingatkan pelaku pasar selalu berhati-hati dan melakukan praktek terpuji, seperti hadis yang berbunyi "Sesungguhnya sebaik-baik usaha adalah usaha pedagang, yaitu pedagang yang apabila mereka berbicara tidak berdusta, diberi kepercayaan tidak berkhiyanat, berjanji tidak ingkar, membeli tidak mencela, menjual tidak memuji, bila berutang tidak lalai, dan bila berputang tidak menyulitkan." Bahkan, untuk memotivasi umatnya berlaku terpuji, Nabi Muhammad SAW memberikan special reward "pedagang yang jujur akan bersamanya di Surga kelak."

Pasar Itu Masjid

Lebih dari berlaku jujur di pasar, dalam makna filosofi bahwa

pasar adalah "lapangan ibadah muamalah". Bahkan, pasar adalah tempat ibadah yang sangat strategis mengasah dan menguji keimanan dan keistiqamahan seseorang dalam beribadah. Sebab pasar dipenuhi godaan terutama materil, yang jika kita mampu istiqamah berzikir (baca: bersikap jujur, memperhatikan pedagang lain) memperoleh ganjaran bersama Nabi Muhammad SAW di Surga. Karena itu, tidak terdapat dikotomi antara pasar sebagai tempat berdagang dengan masjid sebagai tempat beribadah.

Cara pandang terhadap pasar dan masjid "dalam satu tarikan nafas" bertujuan agar umat Islam tidak terjebak berpikir sekuler, yakni cara pandang yang memisahkan kehidupan dunia dan akhirat (baca: agama). Cara pandang sekuler adalah melihat pasar dan masjid sebagai dua entitas yang berbeda, yakni pasar hanya dipandang sebagai tempat mencari kebutuhan yang bersifat keduniaan, sedangkan masjid sebagai tempat mencari bekal di akhirat kelak.

Padahal, dalam pandangan Islam, tidak terdapat dikotomi antara masjid dan pasar, pun tidak terdapat dikotomi antara kepentingan dunia dan kepentingan akhirat. Masih sangat melekat cara pandang umat bahwa seolah-olah urusan bisnis adalah urusan dunia, yang tidak terkait dengan akhirat, dan persoalan akhirat hanya terdapat saat di masjid, shalat, puasa, haji dan seterusnya. Sampai di sini, tidak tepat ungkapan yang menyatakan "hidup dalam keseimbangan dunia dengan akhirat", namun yang tepat adalah kehidupan dunia adalah ladang untuk akhirat (al-dunya maza'ah al-akhirat)". Cara pandang dikotomis inilah menurut hemat penulis akar persoalan kemunduran umat Islam dalam semua hal termasuk dalam hubungan agama dan bisnis.

Padahal, Rasulullah SAW telah memberi contoh bahwa tidak ada dikotomi di antara ibadah dengan pasar. Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pedagang, juga sekaligus melakukan "berniaga" dengan Allah. Dengan demikian tidak satupun aktivitas bisnis seperti memproduksi, memasarkan produk yang terlepas dari mengingat Allah SWT. Dalam aktivitas bisnisnya, meminjam istilah Prof Amir Nuruddin, Rasulullah "membawa serta" Allah SWT ke dalam pasar.

Jargon bisnis syariah tetapi nir-syar'i. Pada posisi inilah cara pandang pasar bukanlah masjid.

Konsep ini telah dicantumkan Allah SWT dalam Alquran: "bahwa laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual-beli dari mengingat Allah, dan (dari) mendirikan shalat dan (dari) membayarkan zakat, mereka takut pada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi berguncang." (QS al-Nur (24): 37).

Umat Islam Dan Perekonomian

Lebih sekedar menegakkan akhlak dalam berbisnis, membedakan paradigma pasar dan masjid akan membuat umat Islam selalu "ketinggalan kereta api" dalam bidang ekonomi. Betapa tidak, dalam bidang ekonomi, saat ini umat Islam lebih hanya sebagai konsumen ketimbang pelaku (baca: penggerak) ekonomi bangsa. Jiwa entrepreneurship umat Islam jauh "panggang dari api" dari apa yang diperintahkan dan dicontohkan Rasulullah SAW dan sahabat seperti Abdurrahman bin 'Auf, Usman bin Affan dan sebagainya.

Kalaupun menjadi pebisnis, banyak kalangan umat Islam yang tidak mengedepankan akhlak sebagai acuan tindak laku seperti melakukan kecurangan, menghalalkan segala cara bahkan tak jarang menggunakan jargon bisnis syariah tetapi nir-syar'i. Pada posisi inilah cara pandang pasar bukanlah masjid.

Padahal, cara pandang "kesatuan" antara masjid dan pasar sungguh telah dicontohkan sejak zaman Rasulullah SAW, sahabat, pemerintahan Islam baik pemerintahan Islam di Arab dan juga di Nusantara. Bukankah pendirian Masjid Nabawi dan Pasar Nabit sesampainya Rasulullah SAW di Madinah pada peristiwa hijrah adalah "satu paket kebijakan," sekaligus keduanya berdiri secara berdekatan? Pendirian masjid dan pasar dalam satu paket kebijakan menunjukkan tidak terdapat dikotomi antara masjid dan pasar.

Demikian juga konsep pendirian masjid dan pasar pada pemerintahan Islam, di Iran misalnya, Michael E. Bonine dalam tulisannya yang berjudul Islam

and Commerce: Waqf and the Bazaar of Yazd, Iran (Islam and Handel: Waqf und der Bazar von Yazd, Iran) menjelaskan secara rinci hubungan erat antara masjid dan pasar di Yazd yang berasal dari konsep kepemilikan harta wakaf. Institusi wakaf saat itu tidak hanya membangun infrastruktur yang bersifat agama seperti masjid, madrasah, kuburan tetapi juga membangun infrastruktur untuk memenuhi kebutuhan hidup orang banyak terutama infrastruktur perdagangan, yakni pasar. Sehingga konsep perdagangan (commercial) dan agama (religion) secara terintegrasi. (Lebih lanjut lihat juga Arang Keshavarzian, Bazaar and State in Iran: The Politics of The Teheran Market Place).

Di Indonesia, semua keraton menggunakan sistem tata-ruang Islami yakni menggabungkan pasar dan masjid serta pusat pemerintahan adalah satu kesatuan. Hal ini masih dapat dilihat di Yogyakarta misalnya. Antara keraton, alun-alun, masjid serta pasar (Malioboro) adalah satu kesatuan.

Muhammad Luthfi Malik dalam disertasinya yang berjudul: Etos Kerja, Pasar dan Masjid, mendeskripsikan masyarakat Gu-Lakudo di Sulawesi yang tidak hanya dikenal sebagai Muslim taat menjalankan ibadah, tetapi juga menunjukkan mobilitas ekonomi kompetitif. Mereka memosisikan masjid dan pasar secara relasional. Masjid tidak hanya tempat ibadah, tetapi merupakan institusi sosial keagamaan yang memungkinkan bagi umat Islam melakukan interaksi sosial dan membangun hubungan sosial kemasyarakatan.

Sebaliknya, pasar tidak hanya menjadi tempat berlangsungnya transaksi jual-beli barang dan jasa dengan mengedepankan prinsip self-interest dan profit oriented, tetapi juga sebagai intitusi ekonomi yang memiliki "ruang sosial yang terbuka" terhadap proses interaksi antar sesama individu dan kolektivitas masyarakat. Walah'alam.