

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Undian berhadiah

##### 1. Pengertian undian berhadiah

Undian dalam kamus besar Bahasa Indonesia adalah sesuatu yang diundi (*lotre*).<sup>1</sup> Lotre berasal dari bahasa Belanda (*loterij*) yaitu undian berhadiah, nasib, peruntungan, sedangkan dalam bahasa Inggris *lottery* yang berarti undian.<sup>2</sup> Undian menurut bahasa adalah As-sahm (bagian) atau An-nasib (andil, nasib).<sup>3</sup> Undian, yang berasal dari kata "undi" (suatu cara menentukan atau memilih, misalnya siapa yang berhak atas sesuatu atau giliran bermain), yaitu sebuah sistem pemberian hadiah kepada pemenang yang dipilih secara acak. Jadi, undian berhadiah merupakan undian yang menawarkan hadiah kepada para pemenangnya.

Pengertian undian dapat pula dilihat dalam Pasal 1 Ayat 2 Undang-undang Nomor 22 Tahun 1954 tentang undian yang berbunyi : “Tiap-tiap kesempatan yang diadakan oleh sesuatu badan untuk mereka yang setelah memenuhi syarat-syarat tertentu dapat ikut serta memperoleh hadiah berupa uang atau benda, yang akan diberikan kepada peserta-peserta yang ditunjuk sebagai pemenang dengan jalan undi atau dengan lain cara menentukan untung yang terbanyak dapat dipengaruhi oleh peserta sendiri”.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), 990.

<sup>2</sup> Huzaimah Tahido Yanggo, *Masail Fiqhiyah*, (Jakarta: Pranamedia Group, 2016), 277.

<sup>3</sup>

<sup>4</sup> Undang – undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1954.

Menurut Fachrudin, undian adalah tidak termasuk perjudian yang diharamkan, karena hadiahnya tidak termasuk maisir (judi). Jika pembeli atau pemenang hanya bertujuan menolong dan mengharapkan hadiah, itu tidak termasuk dalam judi. Sedangkan jika seseorang bertujuan untuk memperoleh hadiah itu juga tidak termasuk dalam judi. Undian Yang termasuk perjudian adalah apabila kedua belah pihak berhadap-hadapan dan menghadapi kekalahan atau kemenangan.<sup>5</sup>

Praktik undian sudah ada jauh sebelum Islam datang yaitu pada masa Jahiliyyah. Undian digunakan untuk meramal nasib baik-buruk dengan melibatkan berhadiah. Berbeda dengan zaman sekarang, undian, khususnya kupon berhadiah, banyak dimanfaatkan sebagai strategi promosi penjualan.<sup>6</sup> Tujuannya agar para konsumen tertarik terhadap barang yang ditawarkan. Adapun pihak penyelenggara undian bisa dari perorangan, perusahaan ataupun lembaga swasta yang legal mendapatkan izin dari pemerintah. Hal ini ditujukan untuk pengumpulan dana dalam upaya peningkatan penjualan. Selain itu, cara untuk memenangkan undian berhadiah para peserta hanya bisa menunggu keberuntungan.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 322.

<sup>6</sup> Nazar Bakry, *Problematika Pelaksanaan Fiqih Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persansa, 1994, hlm 78.

<sup>7</sup> Indonesia, Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1954 tentang Undian, Pasal 1 Ayat (2)

## 2. Dasar Hukum Undian Berhadiah

Hukum asal undian berhadiah adalah mubah atau boleh menurut kesepakatan para fuqaha berdasarkan Al-Qur'an dalam Q.S Ali-Imran ayat 44:<sup>8</sup>

ذَلِكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْعَيْبِ نُوحِيهِ إِلَيْكَ وَمَا كُنْتَ لَدَيْهِمْ إِذْ يُتْلُونَ أَقْلَامَهُمْ أَيُّهُمْ يَكْفُلُ مَرْيَمَ وَمَا كُنْتَ لَدَيْهِمْ إِذْ يَخْتَصِمُونَ

Artinya: Itulah sebagian dari berita-berita gaib yang Kami wahyukan kepadamu (Muhammad), padahal engkau tidak bersama mereka ketika mereka melemparkan Pena mereka (untuk mengundi) siapa di antara mereka yang memelihara Maryam. Dan engkau pun tidak bersama mereka ketika mereka bertengkar. (Q.S. 3 [Ali-Imaran]: 44)<sup>9</sup>

Selanjutnya dijelaskan kembali dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 90-91:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخُمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung. (Q.S.5[Al-Maidah]: 90).<sup>10</sup>

إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمْ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخُمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ

Artinya: Dengan minuman keras dan judi itu, setan hanyalah bermaksud menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu, dan menghalang-halangi kamu dari mengingat Allah dan melaksanakan salat, maka tidakkah kamu mau berhenti". (Q.S.5[Al-Maidah]: 91).

<sup>8</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan (Bandung: PT. sygma examedia Arkanleema, 2014), 56.

<sup>9</sup> Ibid, 55.

<sup>10</sup> Ibid, 123.

Dari ayat-ayat al-Qur'an di atas menjelaskan jika undian asalnya adalah boleh. Tetapi tidak semua jenis undian hukumnya boleh dilakukan, terdapat beberapa undian berhadiah yang hukumnya adalah haram jika dilakukan. Undian bersifat haram dilakukan apabila seseorang melakukannya dengan menggantungkan seluruh nasibnya dan mengikut sertakan dirinya agar dapat memperoleh hadiah yang sangat besar dan dia mempertaruhkan segalanya untuk itu. Undian ini yang kemudian haram jika dilakukan.

### 3. Bentuk-bentuk Undian berhadiah

#### a. Undian tanpa syarat <sup>11</sup>

Undian yang menggunakan kupon gratis, misalnya yang dibagikan di mal, pasar, atau pameran untuk menarik pengunjung tanpa syarat pembelian, diperbolehkan. Bentuk undian seperti ini dilakukan secara terbuka dan merupakan bentuk hibah (pemberian) yang tidak mengandung unsur riba, gharar, maysir (judi), dan tidak dilarang syariat.

#### b. Undian dengan syarat membeli barang

Undian dengan syarat membeli barang, undian ini tidak bisa diikuti kecuali oleh orang yang membeli barang yang membeli barang yang telah ditentukan oleh penyelenggaraan undian tersebut. Contohnya seperti di super market telah diletakkan berbagai hadiah seperti, kulkas, radio dan lain-lainnya. Siapa yang membeli barang tertentu atau telah mencapai

---

<sup>11</sup> Abdul Azis Dahlan, et al., *Ensiklopedi Hukum Islam* (Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, 1997), 1869.

jumlah tertentu dalam pembelian maka akan mendapatkan kupon untuk ikut undian. Undian jenis ini tidak lepas dari dua keadaan.

Pertama, harga produk bertambah dengan terselenggaranya undian berhadiah tersebut. Hal ini haram dan tidak boleh. Karena ada tambahan harga berarti dalam mengikuti undian harus mengeluarkan biaya maka masuk kedalam suatu muamalat yang mungkin untung dan mungkin rugi. Undian berhadiah seperti ini adalah maisir dan diharamkan dalam syari'at Islam. Kedua, undian berhadiah tersebut tidak mempengaruhi harga produk. Perusahaan mengadakan undian hanya sekedar melariskan produknya.

c. Undian dengan mengeluarkan biaya

Undian dengan mengeluarkan biaya bisa diikuti oleh setiap orang yang membayar biaya untuk mengikuti undian tersebut. Undian seperti ini dilarang karena ada pengeluaran biaya untuk suatu muamalat yang belum jelas beruntung atau tidak, maka undian seperti ini termasuk maisir.

Ulama mazhab (Mazhab Hanafi, Maliki, Hambali dan syafi'i) meninjau undian dari manfaat dan mudaratnya yaitu:<sup>12</sup>

- 1) Undian yang menimbulkan kerugian *fianansial* pihak-pihak yang diundi. Dengan kata lain terdapat unsur untung rugi antara pihak-pihak yang diundi, maksudnya jika salah satu pihak ada yang mendapat keuntungan, maka pihak lain ada yang mendapat kerugian bahkan

---

<sup>12</sup> Abdul Azis Dahlan, et al., Ensiklopedi Hukum Islam (Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, 1997), 1869.

terkena kerusakan mental. Biasanya, keuntungan yang diperoleh cenderung lebih kecil dibanding kerugian yang ditimbulkan.

- 2) Undian yang menimbulkan kerusakan atau kerugian bagi dirinya sendiri yaitu berupa kerusakan mental. Manusia yang menggantungkan nasib, rencana, pilihan dan aktivitasnya kepada para peramal atau pengundi nasib, menyebabkan akal pikiran menjadi labil, kurang percaya diri dan berpikir tidak realistis.<sup>13</sup>
- 3) Undian yang tidak mengandung atau menimbulkan kemudharatan dan tidak mengakibatkan kerugian, baik bagi pihak yang diundi maupun pihak yang mengundi. Para pelaku akan mendapatkan keuntungan dari satu pihak dan pihak yang lain tidak mendapat apa-apa, akan tetapi keduanya tidak menderita kerugian. Undian seperti ini termasuk kategorie undian yang berasal dari perusahaan atau lembaga dengan motif promosi atas barang yang diproduksi.

Adapun aktivitas dalam undian berhadiah melibatkan hal-hal sebagai berikut:<sup>14</sup>

- a. Penyelenggara, biasanya pemerintah atau lembaga swata yang legal mendapatkan izin dari pemerintah.
- b. Para penyumbang, yakni orang-orang yang membeli kupon dengan mengharapkan hadiah.

---

<sup>13</sup> Ian Alfian & Nursantri Yanti, "Konsep Undian Berhadiah dalam Q.S Al-Maidah ayat 90 Menurut Tafsir Al-Misbah" *Jurnal Ekonomi dan isnis Islam* Vol 9. No. 2 (Juli, 2022),109-110.

<sup>14</sup> Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam* (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 1997), 1869.

Adapun kegiatan pihak penyelenggara undian kupon berhadiah adalah sebagai berikut:

- a. Mengedarkan kupon (menjual kupon), salah satu fungsi pengedaran kupon adalah dapat dihitungnya dana yang diperoleh dari para penyumbang
- b. Membagi-bagi hadiah sesuai dengan ketentuan, hadiah ini diambil dari sebagian hasil dana yang diperoleh.
- c. Menyalurkan dana yang telah terkumpul sesuai dengan rencana yang telah ditentukan setelah diambil untuk hadiah dan biaya operasional.<sup>15</sup>

## **B. Volume Penjualan**

### **1. Pengertian Volume Penjualan**

Volume penjualan merupakan jumlah unit produk yang terjual dan berpindah tangan dari produsen ke konsumen dalam periode waktu tertentu. Ukurannya dinyatakan secara kuantitatif, dalam bentuk jumlah unit atau volume produk.<sup>16</sup> Volume penjualan merupakan studi mengenai penjualan bersih dari laporan laba rugi perusahaan. Analisa volume penjualan didasarkan pada: Product Line dan Segmen pasar (territorial, kelompok pembeli, dan sebagainya).<sup>17</sup> Menurut Philip Kotler “Volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu yang didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik”.<sup>18</sup> Menurut Swastha volume penjualan

---

<sup>15</sup> Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 318.

<sup>16</sup> Freddy Rangkuti, *Riset Pemasaran* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), 207.

<sup>17</sup> Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2008), 141.

<sup>18</sup> Kotler, Philip, *Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 2000), 64.

yaitu jumlah unit yang terjual dari unit produksi yang terjadi suatu pemindahan dari pihak produksi ke pihak konsumen, dan tetap pada suatu periode tertentu.<sup>19</sup>

## 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan

Kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut adalah:<sup>20</sup>

### a. Kondisi Pasar dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli merupakan perpindahan hak milik atas barang atau jasa secara komersial antara dua pihak: penjual dan pembeli. Penjual perlu meyakinkan pembeli untuk mencapai target penjualan.

### b. Kondisi Pasar

Target pasar (kelompok pembeli) berpengaruh terhadap kegiatan penjualan. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- 1) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah ataukah pasar internasional.
- 2) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- 3) Daya belinya.
- 4) Frekuensi pembelinya.
- 5) Keinginan dan kebutuhan.

---

<sup>19</sup> Putra, D. F. *Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung*. Vol.9, 2017,465.

<sup>20</sup> Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2008), 406-407.

c. Modal

Penjual akan kesulitan mendapatkan modal jika jasa yang ditawarkan belum dikenal atau lokasi pembeli jauh. Untuk mengatasi hal ini, penjual perlu melakukan promosi dan menyediakan sarana seperti transportasi dan tempat peragaan, yang membutuhkan modal cukup besar.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Perusahaan besar biasanya memiliki bagian penjualan tersendiri yang dikelola oleh tenaga ahli. Berbeda dengan perusahaan kecil, penanganan penjualan seringkali digabung dengan tugas lain oleh pemilik atau pimpinan karena keterbatasan sumber daya manusia, organisasi yang sederhana, dan skala masalah yang lebih kecil.

e. Faktor lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaman, kampanye pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan, diharapkan dengan adanya factor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli barang yang sama. Akan tetapi melaksanaannya diperlukan sejumlah dana yang tidak efektif.

f. Indikator Volume Penjualan

Berikut adalah beberapa indikator volume penjualan menurut Miarso dan Irwadi dari bukunya Swastha sebagai berikut:<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Miarso, J, Irwadi, *Pengaruh Periklanan Dan Potongan Harga Terhadap Volume Penjualan CV. ACR Diesel* (Jurnal Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), Vol.04, No.02, 2023), 1123–1131.

1) Mencapai target penjualan

Target penjualan adalah jumlah produk atau jasa yang harus terjual dalam periode tertentu. Mencapai atau melampaui target penjualan menunjukkan keberhasilan pemasaran produk atau jasa perusahaan.

a) Mendapatkan laba tertentu

Mendapatkan laba berarti mencapai tujuan keuangan perusahaan, yaitu memperoleh keuntungan dari kegiatan bisnis. Laba menjadi indikator keberhasilan dan tolok ukur kinerja keuangan bisnis.

b) Menunjang pertumbuhan perusahaan

Peningkatan volume penjualan secara konsisten meningkatkan perputaran modal, pendapatan, dan posisi keuangan perusahaan. Hal ini juga memperkuat daya saing, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional serta efektivitas pemasaran.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa volume penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Swastha Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2015), 404

## C. Konsep Fiqh Muamalah

### 1. Pengertian Fiqh Muamalah

Kata *fiqh* secara etimologi adalah pengertian atau pemahaman. Menurut terminologi, *fiqh* berarti pengetahuan keagamaan yang mencakup seluruh ajaran agama, baik berupa aqidah, akhlak, maupun ibadah. Fiqh diartikan sebagai bagian dari syariah Islamiyah, artinya pengetahuan tentang hukum syariah yang ada di agama Islam yang berkaitan dengan perbuatan manusia yang telah dewasa dan berakal sehat yang diambil dari dalil – dalil yang terinci.<sup>23</sup>

Secara bahasa *muamalah* berasal dari kata *amala yu'amilu* artinya bertindak, saling berbuat, dan saling mengamalkan. Sedangkan menurut istilah muamalah artinya tukar menukar barang atau sesuatu yang memberi manfaat dengan cara yang ditentukan.<sup>24</sup> Menurut Hudhari Beik, *muamalah* adalah semua akad yang membolehkan semua manusia saling menukar manfaat. Sedangkan Idris Ahmad mendefinisikan muamalah sebagai aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam usahanya mendapatkan alat – alat keperluan jasmaninya dengan cara yang paling baik.<sup>25</sup>

*Muamalah* juga dapat diartikan sebagai segala aturan agama yang mengatur hubungan antar sesama manusia, dan antara manusia dan alam sekitarnya tanpa memandang perbedaan. Aturan agama yang mengatur antar sesama manusia dapat kita temukan dalam hukum Islam tentang ijab qobul, akad, serta saling sama ridho dalam sebuah jual beli. Sedangkan aturan agama

---

<sup>23</sup> Ahmad Munawwir, *Kamus Arab – Indonesia Terlengkap* (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), 1068

<sup>24</sup> Rachmad Syaifei, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 14

<sup>25</sup> Ibid., 16

yang mengatur hubungan antara manusia dan lingkungannya dapat kita temui antara lain dalam hukum Islam tentang mata pencaharian, dan cara memperoleh rezeki dengan cara yang dihalalkan atau yang diharamkan.

Dilihat dari objek hukumnya, *fiqh* terbagi menjadi dua bagian yaitu:

- a. Hukum – hukum yang berkaitan dengan ibadah yaitu seperti: shalat, puasa, zakat, nazar, dan sumpah dan segala sesuatu berbentuk ibadah yang berkaitan langsung antara manusia dengan Tuhannya.
- b. Hukum – hukum mu’amalah yaitu hukum – hukum yang berkaitan dengan hubungan antar manusia atau hubungan manusia dan lingkungan sekitarnya baik yang bersifat kepentingan pribadi maupun kepentingan seperti hukum – hukum perjanjian dagang, sewa – menyewa, dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan pengertian *fiqh muamalah* ialah hukum – hukum yang berkaitan dengan tata cara berhubungan dengan antar sesama, baik bersifat kebendaan maupun dalam bentuk perjanjian perikatan. Karena dalam usaha perdagangan sering melakukan yang namanya perjanjian, akad, jual beli, maupun tawar menawar. *Fiqh muamalah* dalam penelitian ini dijadikan sebagai acuan atau pedoman serta aturan dalam melakukan sebuah usaha. *Fiqh muamalah* bisa juga dikatakan sebagai hukum perdata Islam, karena berhubungan dengan interpersonal antar sesama manusia yang berlandaskan hukum syariah Islamiyah.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Dede Rosyanda, *Hukum Islam dan Pranata Sosial* (Jakarta: Raja Grafindo, Persada, 1993), 85

## 2. Ruang Lingkup Fiqh Muamalah

Ruang lingkup fiqh muamalah dibagi menjadi 2 yaitu :

- a. Al – Muamalah Al – Adabiyah Yaitu muamalah yang ditinjau dari segi cara tukar menukar benda yang bersumber dari pasca indera manusia, yang unsur penegaknya adalah hak – hak dan kewajiban – kewajiban. Ruang lingkup ini mencakup beberapa hal diantaranya ijab qobul, saling meridhai, tidak ada keterpaksaan dari salah satu pihak, hak dan kewajiban, kejujuran pedagang, serta segala sesuatu yang bersumber dari indera manusia yang ada kaitannya dengan peredaran harta dalam hidup bermasyarakat.<sup>27</sup>
- b. Al – Muamalah Al – Madiyah Yaitu muamalah yang mengkaji objeknya sehingga sebagian para ulama berpendapat bahwa muamalah ini bersifat kebendaan karena objek fiqh muamalah adalah benda yang didapatkan dari benda yang halal, dan tidak syubhat untuk diperjual belikan, serta benda – benda yang mendatangkan kemaslahatan bagi manusia. Misalnya seperti jual beli (al – Bai’ al – Tijarah) merupakan tindakan atau transaksi yang telah disyariatkan dalam arti telah ada hukumnya yang jelas dalam Islam.<sup>28</sup>

## 3. Prinsip – Prinsip Fiqh Muamalah

Dalam mengatur hubungan antar manusia dengan manusia lain yang sasarannya adalah harta benda, maka fiqh muamalah mempunyai prinsip – prinsip sebagai acuan dan pedoman untuk mengatur kegiatan muamalah. Prinsip – prinsip muamalah tersebut sebagai berikut<sup>29</sup> :

---

<sup>27</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), 7-8.

<sup>28</sup> Ibid., 9

<sup>29</sup> Ibid., 8-10

- a. Prinsip Tauhid (Unity) adalah dasar utama setiap aktivitas kehidupan manusia harus didasarkan pada nilai – nilai tauhidi, artinya bahwa dalam setiap gerak langka serta bangunan hukum harus mencerminkan nilai – nilai ketuhanan. Sehingga dalam setiap pelaku muamalah (bisnis), maka akan terjadi muamalah yang jujur, amanah, dan sesuai syariah.
- b. Prinsip Halal adalah jualbeli dengan cara halal, barang yang diperjualbelikan pun harus halal. Misalnya dilarang menjual bangkai, arak, babi, patung, dan lain – lain yang tidak sesuai atau menyimpang dengan syariah Islam.
- c. Prinsip Ibadah (boleh) adalah bahwa berbagai jenis muamalah, hukum dasarnya adalah boleh sampai ditemukan dalil yang melarangnya.
- d. Prinsip Kerja Sama (Corperation) adalah didasarkan pada kerja sama yang saling menguntungkan dan solidaritas (persaudaraan dan saling menguntungkan).
- e. Prinsip Membayar Zakat adalah mengimplementasikan zakat merupakan kewajiban seorang Muslim yang mampu secara ekonomi, sebagai wujud kepedulian social.
- f. Prinsip Amanah (Trustworthy) adalah prinsip kepercayaan, kejujuran, tanggung jawab, misalnya dalam hal membuat laporan keuangan dalam jualbeli, dan lain-lain.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), 8-10