

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Dalam bahasa Arab, istilah jual beli merujuk pada tindakan menyerahkan sesuatu untuk mendapatkan sesuatu sebagai gantinya. Sementara itu, istilah lain yang digunakan untuk jual beli adalah *tijarah* yang berarti perdagangan. Para ahli fiqh mendefinisikan jual beli sebagai proses pertukaran barang dengan barang lain atau dengan uang, yang dilakukan melalui akad *ijab qabul* dan memenuhi syarat serta rukun yang telah ditetapkan.³⁴ Pengertian lain menyebutkan bahwa jual beli adalah suatu proses interaksi antara dua pihak dalam peralihan kepemilikan barang atau harta. Selain itu, jual beli juga dapat dipahami sebagai pertukaran sesuatu yang memiliki nilai setara dan diakui oleh hukum syara'.³⁵

Berikut ini ada beberapa definisi jual beli menurut berbagai madzhab dalam ilmu fiqh, antara lain:

- 1) Menurut Madzhab Hanafiyah menyatakan bahwa jual beli adalah transaksi yang dilakukan melalui adanya *ijab*, yaitu pernyataan dari pembeli untuk membeli, dan *qabul*, yakni

³⁴ Siti Choiriyah, "Muamalah Jual Beli Dan Selain Jual Beli," *Surakarta, Centre For Developing Academic Quality (CDAQ) STAIN Surakarta* (2009): 93.

³⁵ Siswadi, "Jual Beli Dalam Perspektif Islam," *Ummul Quro* 3, no. Jurnal Ummul Qura Vol III, No. 2, Agustus 2013 (2013): 59–65.

pernyataan dari penjual untuk menjual). Transaksi ini juga dapat dilakukan dengan cara saling menyerahkan barang dan harga antara kedua belah pihak, yaitu penjual dan pembeli.³⁶

- 2) Menurut Madzhab Hambali menyatakan bahwa jual beli sebagai proses pertukaran antara suatu harta dengan harta lainnya yang mengandung unsur kepemilikan serta perpindahan hak kepemilikan.
- 3) Menurut Madzhab Syafi'i menyatakan bahwa jual beli dalam pandangan syariat diartikan sebagai suatu bentuk perjanjian pertukaran antara suatu barang dengan barang lainnya yang dilakukan berdasarkan ketentuan tertentu. Pada umumnya, transaksi ini didasarkan atas kesepakatan dan kerelaan dari kedua pihak yang terlibat.³⁷
- 4) Menurut Madzhab Maliki menyebutkan bahwa jual beli terbagi menjadi dua jenis, yakni bersifat umum dan bersifat khusus.

Secara umum, jual beli diartikan sebagai suatu kesepakatan untuk saling menukar barang yang bukan berupa manfaat atau kenikmatan. Dalam artian bahwa objek yang dipertukarkan dalam transaksi jual beli tersebut harus berupa barang yang berwujud

³⁶ Zakiyah Nafsah, "Jual Beli Dalam Ekonomi Islam (Aplikasi Jual Beli Dalam Fiqih Dan Perbankan Syariah)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 2.

³⁷ Muhsin Arafat et al., "Jual Beli Fasid Menurut Imam Abu Hanifah," *Journal of Indonesian Comparative of Syari'ah Law* 4, no. 2 (2021): 185–195.

nyata, bukan hasil atau manfaat dari penggunaan dari barang tersebut.

Sementara itu, jual beli secara khusus merujuk pada transaksi pertukaran benda yang tidak berkaitan dengan manfaat atau kenikmatan semata, tidak termasuk emas atau perak, melainkan barang yang dipertukarkan harus berwujud nyata dan dapat diserahkan secara langsung tanpa adanya penundaan, tidak termasuk utang, baik barang tersebut sudah dimiliki pembeli atau belum, serta syaratnya harus diketahui secara jelas karakteristik atau sifat-sifat barang tersebut sebelum akad dilakukan.³⁸

Berdasarkan berbagai definisi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah sebuah perjanjian antara dua pihak yang dilakukan secara sukarela sehingga keduanya memperoleh keuntungan. Dalam praktik jual beli, terjadi perpindahan hak kepemilikan secara tetap melalui prosedur sesuai dengan ketentuan hukum Islam, yakni dengan memenuhi syarat dan rukun yang telah ditetapkan.

Transaksi jual beli yang diperbolehkan adalah transaksi yang harus terhidar dari beberapa hal, diantaranya adalah:

a) Khilabah

Khilabah adalah tindakan penipuan yang dilakukan oleh salah satu pihak dalam melakukan sebuah akad terhadap pihak lainnya, baik melalui ucapan maupun perbuatan yang

³⁸ Dalhari Dipo, "Jual Beli Dalam Kajian Fiqih," *At Tujjar* 9, no. 2 (2021): 23–39.

dapat mempengaruhi keridhaan pihak yang tertipu. Menurut Ibnu Manzur mendefinisikan *khilabah* sebagai tipu daya. Begitu pula, Ibnu Faris juga menjelaskan bahwa *khilabah* sebagai tipu daya atau muslihat (*khida'*). Di sisi lain, Rawas Qal'ahji dan Hamid Sadiq Qanibi memaknai *khilabah* sebagai usaha memengaruhi hati dengan memperbaiki ucapan.

Berdasarkan berbagai definisi tersebut, *khilabah* dapat disimpulkan sebagai tindakan penipuan terkait barang yang diperjualbelikan.

b) Tadlis

Menurut bahasa, *tadlis* berarti menyembunyikan kecacatan. Al-Azhari menjelaskan bahwa kata *tadlis* berasal dari kata *dulsah* yang diartikan sebagai *zulmah* atau gelap. Oleh karena itu, jika seorang penjual menyembunyikan dan tidak memberitahukan cacat pada barang yang dijualnya, maka penjual telah melakukan *tadlis*.

Mazhab Hanbali memaknai *tadlis* secara luas, yaitu mencakup segala bentuk penipuan yang dilakukan oleh penjual terkait sifat atau karakteristik barang dagangan, dengan tujuan memperoleh harga lebih tinggi atau keuntungan yang lebih besar dari pembeli. Dalam Majalah al-Ahkam asy-Syar'iyah dijelaskan bahwa menurut mazhab Imam Ahmad, *tadlis* merupakan tindakan yang

menyebabkan pembeli tertipu, yakni terdapat sifat atau ciri tertentu pada barang yang disembunyikan.³⁹

Adiwarman Karim membagi jenis-jenis *tadlis* menjadi empat kategori, yaitu:

1) *Tadlis* dalam Kuantitas

Tadlis dalam kuantitas mencakup tindakan menjual barang dengan jumlah kecil tetapi menetapkan harga yang setara dengan jumlah yang lebih besar.

2) *Tadlis* dalam Kualitas

Tadlis dalam kualitas berarti menyembunyikan kekurangan atau kualitas yang kurang baik dari suatu barang yang bertentangan dengan kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli.

3) *Tadlis* dalam Harga

Tadlis dalam harga terjadi pada saat barang dijual dengan harga lebih tinggi atau lebih rendah daripada harga pasar karena salah satu pihak tidak mengetahui hal tersebut dalam fiqh dikenal dengan istilah *ghabn*.

4) *Tadlis* dalam Waktu Penyerahan

³⁹ Prilla Kurnia Ningsih, *FIQH Muamalah* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2021), 32.

Jenis penipuan ini terjadi pada saat penjual mengetahui secara persis bahwa tidak dapat menyerahkan barang sesuai waktu yang dijanjikan, tetapi tetap berjanji untuk penyerahan barang tersebut pada hari yang sama. Meskipun penipuan terkait waktu penyerahan tidak terkait langsung dengan harga atau jumlah barang yang diperjualbelikan, waktu merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu transaksi.

c) *Gharar*

Dalam bahasa Arab, *gharar* berarti *al-khathr* atau pertaruhan, *majhul al-aqibah* yang berarti ketidakjelasan hasil, yang juga dapat diartikan sebagai *al-mukhatharah* (pertaruhan), dan *al-jahalah* (ketidakpastian). Berdasarkan berbagai pengertian tersebut, *gharar* dapat dimaknai sebagai setiap bentuk transaksi jual beli yang mengandung unsur ketidakpastian, pertaruhan, atau praktik seperti perjudian. Hal-hal tersebut berdampak pada ketidakjelasan terhadap hasil akhir, termasuk hak dan kewajiban para pihak dalam suatu akad atau transaksi.⁴⁰

2. Dasar Hukum Jual Beli

⁴⁰ Ibid., 35-37.

Jual beli telah ditetapkan sebagai bagian dari syariat Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Sunnah, dan Ijma'. Pada dasarnya, hukum jual beli adalah *mubah* atau diperbolehkan. Allah SWT mengizinkan atau memperbolehkan jual beli dan melarang *riba*, Adapun landasan dasar dari jual beli yaitu sebagai berikut:⁴¹

1) Al-Qur'an

Allah SWT telah berfirman dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

42

Surah An-Nisa ayat 29 menyatakan bahwa mengambil harta milik orang lain dengan cara yang tidak dibenarkan oleh syariat atau dengan cara yang *batil*. Namun, hal tersebut diperbolehkan jika dilakukan melalui

⁴¹ Holilur Rohman, *Hukum Jual Beli Online*, Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020, 3.

⁴² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Mushaf Al-Hilali, 2021, 122.

proses jual beli yang sah, disertai dengan kesepakatan dan kerelaan dari kedua belah pihak yang bertransaksi.⁴³

2) Hadist

Rasulullah SAW telah mengajarkan tentang jual beli, seperti yang telah dijelaskan dalam Hadist Riwayat Bukhari dalam kitab Bulughul Maram:

عن رفاعة بن رافع - رضي الله عنه - أَنَّ النَّبِيَّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ : - عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ . وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ - رَوَاهُ الْبَزَّازُ ، وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

Dari Rifa'ah bin Raafi' radhiyallahu 'anhu, Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam ditanya mengenai mata pencaharian yang halal? Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam menjawab, "Amalan seseorang dengan tangannya dan setiap jual beli yang diberkahi." ⁴⁴

Pada hadits diatas, dapat disimpulkan bahwa umat Muslim diperintahkan untuk mencari pekerjaan yang halal, karena hal itu akan dapat mendatangkan kebaikan dalam hidup.

3) Ijma'

⁴³ Aris Munandar dan Ahmad Hasan Ridwan, "Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba'i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online," *Rayah Al-Islam* 7, no. 1 (2023): 271–287.

⁴⁴ al-Hafidz Ibnu Hajar al-Asqalani, "Bulughul Maram, terjemahan ISHAM MUSA HADI" (1995): 411.

Para ulama fiqh bersepakat bahwa jual beli diperbolehkan dalam Islam, karena manusia sebagai makhluk sosial saling membutuhkan satu sama lain. Oleh karena itu, jual beli memiliki manfaat yang penting untuk keberlangsungan hidup manusia. Kehidupan manusia tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya saling tolong-menolong antar sesama. Namun, Imam al-Syatibi berpendapat bahwa dalam kondisi tertentu, hukum jual beli yang asalnya *mubah* dapat berubah menjadi wajib.⁴⁵

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun jual beli merupakan unsur-unsur yang harus terpenuhi agar suatu transaksi dianggap sah. Dalam menetapkan rukun jual beli, para ulama memiliki beberapa perbedaan pendapat. Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa rukun jual beli hanya mencakup *ijab* dan *qabul*, yang mencerminkan adanya perpindahan kepemilikan barang secara sukarela, baik melalui ucapan maupun tindakan. Oleh karena itu, menurut jumhur ulama rukun jual beli terdiri dari empat unsur, diantaranya:

1) Akad (*Ijab Qobul*)

Ijab qabul adalah kesepakatan antara kedua pihak, yakni penjual dan pembeli. Proses ini menjadi bagian penting dalam akad jual beli, karena mencerminkan adanya

⁴⁵ Syaifullah, "Etika Jual Beli Dalam Islam," *HUNafa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 2 (2014): 375.

kesepakatan bersama untuk melakukan pertukaran barang atau jasa.

2) Pihak yang berakad

Pihak yang terlibat dalam akad terdiri atas penjual (*al-bai'*) dan pembeli (*musytari*), atau dikenal juga dengan istilah '*aqid*', yakni orang yang melangsungkan akad jual beli. Jual beli tidak dapat berlangsung tanpa adanya pihak yang melakukannya. Setiap orang yang berakad harus memenuhi sejumlah persyaratan sebagai berikut:

- a) Beragama Islam, pelaku dalam transaksi jual beli merupakan seorang muslim, terutama untuk jual beli barang-barang yang diwajibkan syariat.
- b) Berakal, yaitu seseorang yang memiliki kemampuan untuk membedakan dan memilih hal-hal yang menguntungkan serta merugikan bagi dirinya.
- c) Atas kehendak sendiri, artinya pihak yang melakukan transaksi jual beli bertindak tanpa adanya unsur paksaan dari pihak manapun.
- d) *Baligh* yaitu sudah mencapai usia dewasa menurut ketentuan hukum Islam. Seorang laki-laki dianggap baligh ketika telah mencapai usia 15 tahun, sedangkan perempuan telah dianggap baligh pada saat mengalami haid pertama.

- e) Kedua belah pihak tidak tergolong ke dalam orang yang boros, yaitu bukan termasuk orang yang menghambur-hamburkan harta (*mubazir*).⁴⁶

3) *Ma'qud 'alaih*

Ma'qud 'alaih adalah objek yang menjadi syarat sah dalam jual beli, yaitu adanya barang yang dipertukarkan dalam transaksi. Adapun syarat barang yang dijadikan objek dalam akad jual beli meliputi:

- a) Barang yang diperjualbelikan harus dalam keadaan bersih dan suci, artinya tidak termasuk barang najis atau barang yang dilarang dalam syariat Islam, seperti *khamr* (minuman keras), bangkai, maupun babi.
- b) Barang yang diperjualbelikan harus memiliki manfaat, artinya tidak diperbolehkan menjual barang yang tidak memiliki kegunaan atau tidak memberikan manfaat. Barang yang diperjualbelikan harus milik pihak yang akan melakukan akad, atau pihak tersebut telah mendapatkan izin dari pemilik sah barang tersebut. Oleh karena itu, transaksi jual beli yang dilakukan oleh pihak yang bukan pemilik barang, dan tidak memiliki kuasa dari pemilik sah, maka dianggap tidak sah atau batal. Mengetahui, maksudnya barang yang diperjualbelikan harus sudah diketahui secara

⁴⁶ Hasan Syazali, *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI (026/DIA/2012, 2021, 82-83).

detail dan jelas oleh penjual maupun pembeli, baik terkait dengan bentuk, jenis, sifat, maupun harganya, agar tidak menimbulkan kekecewaan atau perselisihan di antara kedua belah pihak.

- c) Barang yang menjadi objek akad harus sudah berada dalam kepemilikan atau penguasaan penjual, artinya transaksi jual beli terhadap barang yang belum dimiliki atau dikuasai oleh penjual tidak diperbolehkan, karena dikhawatirkan barang tersebut mengalami kerusakan atau tidak sesuai untuk diserahkan sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati.
- d) Barang harus dapat diserahkan, artinya keadaan barang harus memungkinkan untuk diserahkan kepada pembeli. Jika barang tersebut tidak dapat diserahkan, maka transaksi jual beli dinyatakan tidak sah karena akan berisiko menimbulkan penipuan atau kekecewaan dari salah satu pihak.

4) Nilai Tukar

Nilai tukar yang berfungsi sebagai pengganti barang harus memenuhi beberapa syarat, antara lain:

- a) Dapat mempertahankan nilai (*store of value*).
- b) Mampu digunakan untuk menilai atau menentukan harga atas suatu barang (*unit of account*).

- c) Dapat digunakan sebagai alat tukar (*medium of exchange*).⁴⁷

B. Kualitas

1. Pengertian Kualitas

Kualitas menjadi salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan pasar. Jika sebuah perusahaan mampu memproduksi barang yang berkualitas, maka hal tersebut akan menjadi landasan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas produk mengacu pada sejauh mana suatu barang tersebut mampu memberikan kinerja atau hasil yang sesuai, atau bahkan melampaui harapan pelanggan terhadap produk tersebut. Tingkat kualitas suatu produk ditentukan oleh standar dan ukuran tertentu yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut.

Jika produk yang dihasilkan tidak memenuhi standar tersebut, maka produk dianggap cacat. Meskipun perusahaan telah menerapkan proses produksi yang optimal, terkadang tetap saja ditemukan produk yang tidak sesuai dengan standar yang ditentukan, yang biasanya disebabkan oleh beberapa faktor. Oleh karena itu, untuk mengurangi kemungkinan kerusakan dalam proses produksi, perusahaan perlu menerapkan sistem pengendalian kualitas secara menyeluruh.⁴⁸

⁴⁷ Wati Susiawati, "Jual Beli dan dalam Konteks Kekinian," *Jurnal Ekonomi Islam* 8, no 2 (2017): 177-178.

⁴⁸ Teresia Runtuwarouw et al., "Pelaksanaan Pengendalian Kualitas Pada Proses Produksi Minyak Kelapa Siip Di Pt. Multi Nabati Sulawesi Kota Bitung," *399 Jurnal EMBA* 10, no. 2 (2022): 100.

Kualitas produk salah satu faktor penting dalam merancang dan menetapkan strategi perusahaan. Jika produk memiliki kualitas tinggi, hal ini dapat menjadi daya tarik utama bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. Namun, apabila produk yang memiliki kualitas rendah atau tidak memenuhi ekspektasi cenderung membuat konsumen beralih ke produk sejenis dari pesaing.

Untuk mencapai kualitas yang sesuai harapan, diperlukan adanya standar kualitas yang jelas. Standarisasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan mampu memenuhi standar yang telah ditetapkan dan sesuai dengan target pasar yang dituju. Sebuah produk dikatakan berkualitas apabila dapat memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen.⁴⁹

Tujuan dari kualitas produk adalah untuk membuat produk tersebut lebih menarik dan diminati oleh konsumen, sehingga dapat meningkatkan penjualan produknya. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kesan positif terhadap produk di mata konsumen, yang pada akhirnya diharapkan dapat mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian.

2. Dasar Hukum Kualitas

Penetapan harga telah didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits. Adapun landasan penetapan harga yakni sebagai berikut:

1) Al-Qur'an

⁴⁹ Aspizain Caniago dan Agung Edi Rustanto, "Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta," *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)* 15, no. 3 (2022): 68.

وَفَاوُفُوا الْكَيلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ

*“Sempurnakanlah takaran dan timbangan, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka...” (QS. Al-A’Araf: 85)*⁵⁰

Surah Al-A’Arif ayat 85 mengajarkan bahwa transaksi jual beli dalam Islam harus dilakukan secara transparan dan adil, menjaga kualitas barang sesuai dengan perjanjian, tidak hanya memastikan bahwa barang yang dijual memiliki jumlah yang tepat. Dalam pandangan sosiologi hukum Islam, hal ini mencerminkan prinsip keadilan dan kesetaraan dalam hubungan transaksi, serta melarang adanya penipuan atau pengurangan kualitas barang yang dapat merugikan pihak lain.

2) Hadist

اَلْمُسْلِمُ اَخُو الْمُسْلِمِ، وَلَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ اَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ
إِلَّا بَيَّنَّهُ لَهُ

*“Seorang Muslim adalah saudara bagi muslim yang lain, tidak halal bagi seorang muslim untuk menjual barang yang ada cacatnya kepada temannya, kecuali jika dia jelaskan.” (HR. Ibn Majah)*⁵¹

Pada hadist tersebut menegaskan bahwa dalam setiap bentuk transaksi, baik yang berkaitan dengan barang

⁵⁰ Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, 229.

⁵¹ al-Hafidz Ibnu Hajar al-Asqalani, “Bulughul Maram, terjemahan ISHAM MUSA HADI.”, 427.

maupun jasa. Seorang Muslim dituntut untuk menjunjung nilai amanah dan keadilan. Tindakan seperti menyembunyikan kondisi sebenarnya dari produk yang dijual merupakan pelanggaran terhadap nilai-nilai persaudaraan dan etika muamalah dalam ajaran Islam. Oleh karena itu, setiap bentuk jual beli seharusnya dilaksanakan dengan sikap kejujuran, keterbukaan, dan persetujuan kedua belah pihak agar transaksi tersebut membawa keberkahan dan terhindar dari ketidakadilan.

3. Konsep Kualitas Dalam Islam

Islam menganjurkan setiap pelaku usaha untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan produksi berlangsung dalam batas-batas kehalalan. Dalam menciptakan suatu produk, baik berupa barang produksi maupun jasa, setiap usaha harus berlandaskan pada hal-hal yang diperbolehkan oleh Allah dan dijauhkan dari segala bentuk pelanggaran terhadap ketentuan-Nya.⁵²

Jika selama proses produksi ditemukan bahwa kualitas barang tidak memenuhi standar yang ditetapkan, hal ini dapat berdampak pada penurunan kepuasan pelanggan, rusaknya kepercayaan antara konsumen dan produsen, serta berpotensi menimbulkan risiko lainnya.

⁵² Faridatul Fitriyah, "Analisa Pengendalian Kualitas Produk Tahu Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Universum* 10, no. 2 (2016): 174.

Dalam proses produksi terdapat sejumlah prinsip dan etika yang harus dijadikan acuan supaya suatu produk dapat dianggap berkualitas. Beberapa standar yang perlu diperhatikan, meliputi:

- a. Produk atau jasa yang dihasilkan harus sesuai dengan kebutuhan dan memberikan manfaat nyata, serta tidak mengandung unsur yang diharamkan menurut syariat, seperti alkohol, darah, daging babi, bangkai, dan bahan-bahan terlarang lainnya.
- b. Bisa memberikan kepuasan kepada konsumen.
- c. Memiliki nilai ekonomi dan memberikan nilai tambah yang besar.
- d. Keamanan produk bagi pengguna harus terjamin.
- e. Adanya petunjuk penggunaan yang lengkap, jelas dan mudah dipahami.
- f. Menyediakan pelayanan setelah transaksi yang memadai serta pelayanan pelanggan yang baik.
- g. Pengemasan produk harus menggunakan bahan yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang.
- h. Informasi yang terdapat dalam label harus sesuai dan mencerminkan isi produk secara benar.⁵³

Kualitas produk umumnya berfokus pada prinsip-prinsip etika produksi dan muamalah dalam Islam, antara lain:

⁵³ Hj. Aselina Endang Trihastuti, "Etika Bisnis Islam," in *Yogyakarta: Budi Utama*, 2020, 113.

- a) Prinsip *Ridha*. Secara etimologis, *ridha* berarti menerima dengan hati yang lapang. Sedangkan secara terminologis, *ridha* merujuk pada sikap menerima segala pemberian dan karunia dari Allah dengan penuh keikhlasan, disertai kepatuhan terhadap aturan syariat islam, menjauhi perbuatan dosa, baik secara lahiriah maupun batiniah. Dalam konteks muamalah, prinsip *ridha* menekankan bahwa setiap transaksi harus dilandasi oleh kerelaan dari kedua belah pihak.
- b) Prinsip keterbukaan. Setelah prinsip *ridha*, Islam juga menekankan pentingnya keterbukaan dalam transaksi. Keterbukaan berarti adanya kejujuran dalam menyampaikan maksud transaksi dan kondisi barang yang sebenarnya saat bertransaksi, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan dalam penentuan harga.
- c) Prinsip kejujuran. Kejujuran adalah salah satu fondasi utama dalam ajaran Islam karena identik dengan kebenaran. Islam secara tegas melarang segala bentuk kebohongan dan penipuan. Kejujuran dalam Islam transaksi akan membawa dampak yang positif, tidak hanya bagi pihak-pihak yang terlibat, tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan.
- d) Prinsip keadilan. Secara bahasa, adil berarti berada di tengah-tengah, jujur, lurus, dan tulus. Dalam istilah, keadilan mencerminkan sikap yang bebas dari ketimpangan

dan kejujuran. Seorang yang adil akan bertindak sesuai dengan ketentuan hukum, baik itu hukum agama, hukum negara, maupun norma sosial. Dalam praktik penetapan harga, prinsip keadilan menuntut agar tidak ada pihak yang dirugikan dan di zalimi. Islam telah mengharamkan segala bentuk kezaliman, bahkan melarang untuk mendukung zalim sekalipun dilakukan oleh orang lain.⁵⁴

C. Sosiologi Hukum Islam

1. Definisi Sosiologi Hukum Islam

Sosiologi hukum adalah ilmu yang mempelajari hubungan timbal balik antara hukum dan perilaku masyarakat dalam kehidupan sosial, sedangkan sosiologi hukum Islam secara khusus mengkaji hubungan antara perilaku masyarakat muslim dan hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis dengan memperhatikan perubahan serta perkembangan sosial, dengan tujuan memahami faktor-faktor sosial yang memengaruhi praktik dan penerapan hukum Islam dalam masyarakat muslim.⁵⁵

Istilah hukum Islam merupakan gabungan dua kata dalam bahasa Indonesia, yaitu "*hukum*" dan "*Islam*". Jika ditelusuri lebih dalam, istilah ini pada dasarnya merupakan hasil terjemahan dari beberapa istilah dalam bahasa Arab, seperti *syariah*, *fiqh*, dan

⁵⁴ Kamariah, "Ekonomi Mikro: Prinsip-Prinsip Penetapan Harga Menurut Ibnu Khaldun," *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2022): 25, <https://ejournal.stishid.ac.id/index.php/ats-tsarwah/article/view/151%0A>

⁵⁵ Arifatulfajrin, Siti Nurhayati, dan Hutrini Kamil, "Jual Beli Buah Campuran Dalam Peti Di Pasar Grosir Buah Dan Sayur Ngronggo Kota Kediri Perspektif Sosiologi Hukum Islam" 7, no. 7 (n.d.):121-122.

hukm, serta sering dikaitkan dengan istilah dalam bahasa Inggris, yakni sebagai *Islamic law*.

Dalam karyanya, Abdul Haq Syawqi menyampaikan beberapa pandangan mengenai definisi hukum Islam. Pertama, Joseph Schacht berpendapat bahwa hukum Islam atau *Islamic law* merupakan seperangkat peraturan agama yang mencerminkan perintah-perintah Allah, dan mengatur segala aspek kehidupan umat Islam. Aturan-aturan tersebut mencakup tata cara pelaksanaan ibadah, serta mengatur aspek politik dan hukum dalam arti sempit.⁵⁶

Kedua, Bani Syarif Maula berpendapat bahwa sosiologi hukum Islam didasarkan pada pandangan bahwa hukum Islam tidak sepenuhnya berasal dari wahyu *ilahi* yang turun begitu saja tanpa keterkaitan dengan sejarah manusia. Sama halnya sistem hukum lainnya, hukum Islam terbentuk melalui proses interaksi antara manusia dengan lingkungan sosial serta situasi politik di sekitarnya. Pandangan ini menjadi dasar penting dalam penerapan pendekatan sosiohistoris dalam memahami dan mengkaji hukum Islam.⁵⁷

Berdasarkan berbagai pandangan para ahli, sosiologi hukum Islam dapat disimpulkan sebagai suatu kajian tentang interaksi timbal balik antara hukum Islam, seperti *Syariah*, *Fiqh*, *al-Hukm*, *Qanun*, dan sebagainya, dengan pola perilaku sosial dalam

⁵⁶ Abdul Haq Syawqi, *Sosiologi Hukum Islam* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), 13.

⁵⁷ Ibid., 15-21.

masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan sosiologis digunakan sebagai salah satu cara untuk memahami perkembangan dan perubahan dalam hubungan tersebut.

2. Ruang Lingkup Sosiologi Hukum Islam

Berdasarkan ruang lingkupnya, sosiologi hukum Islam dapat dikelompokkan beberapa kategori sebagai berikut, yakni:

- 1) Kajian tentang bagaimana agama mempengaruhi perubahan dalam masyarakat, seperti bagaimana nilai, struktur sosial, dan perilaku sehari-hari masyarakat bersumber dari ajaran agama.
- 2) Kajian tentang bagaimana kondisi sosial dan perubahan dalam masyarakat memengaruhi pemahaman ajaran agama, contohnya perbedaan pandangan hukum Islam yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan budaya setempat.
- 3) Kajian tentang sejauh mana masyarakat menjalankan ajaran agama, seperti tingkat kepatuhan terhadap nilai kejujuran, keteraturan dalam praktik muamalah, atau seberapa konsisten masyarakat melaksanakan ajaran dan etika keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.
- 4) Kajian tentang pola sosial umat Islam, seperti perbedaan antara masyarakat Muslim di kota dan desa, hubungan antar agama, toleransi, serta hubungan antara pemahaman agama dan perilaku sosial atau politik.

- 5) Kajian mengenai kelompok-kelompok dalam masyarakat yang dapat memperkuat atau justru melemahkan kehidupan beragama, seperti kelompok yang mendukung sistem ekonomi bebas (*kapitalisme*), pemisahan agama dan negara (*sekularisme*), atau pendekatan spiritual dalam beragama (*sufisme*).⁵⁸

3. Objek Sosiologi Hukum Islam

Dalam konteks sosiologi hukum Islam, terdapat tiga pokok bahasan utama yang menjadi fokus kajian, yaitu:

1) Solidaritas Sosial (*Ashabiyah*)

Dalam sosiologi Islam, perubahan sosial dipengaruhi oleh kekuatan solidaritas atau rasa kebersamaan dalam masyarakat, bukan karena kekuasaan, kebetulan, atau takdir seperti pandangan Barat. Jika solidaritas dalam masyarakat kuat, maka masyarakat tersebut akan berkembang.

2) Masyarakat *Badawah* (Pedesaan)

Masyarakat pedesaan hidup dengan kesederhanaan, kekompakan, dan saling tolong-menolong. Jauh dari kemewahan, sehingga lebih mudah untuk diarahkan dan masih terbuka terhadap nasihat atau nilai-nilai moral, berbeda dengan masyarakat kota.

3) Masyarakat *Hadhoroh* (Perkotaan)

⁵⁸ Ibid., 32-35.

Masyarakat perkotaan cenderung hidup lebih individualistis dan berfokus mengejar kemewahan. Hal ini menyebabkan solidaritas melemah, dan lebih mudah terpengaruh oleh hawa nafsu, serta cenderung mengabaikan nilai-nilai moral.⁵⁹

Menurut pandangan Ali Syari'ati, terdapat dua hal penting dalam objek sosiologi hukum Islam, yaitu:

- 1) Kita harus memahami kenyataan yang ada dalam masyarakat, karena segala sesuatu terjadi dengan tujuan tertentu dan perlu dianalisis lebih dalam.
- 2) Sudut pandang keagamaan juga perlu menjadi dasar dalam melihat kenyataan masyarakat, sehingga kita dapat memahaminya secara lebih mendalam serta sesuai dengan ajaran Islam.⁶⁰

4. Tindakan Sosial Dalam Sosiologi

Menurut Max Weber, tindakan sosial merupakan tindakan individu yang memiliki makna atau tujuan tertentu dan sengaja diarahkan kepada orang lain sehingga dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan pihak lain.⁶¹ Tindakan ini berbeda dengan perilaku reaktif yang hanya muncul sebagai respons spontan tanpa keterlibatan proses pemikiran, tindakan sosial melibatkan pertimbangan, kesadaran, dan motivasi dari

⁵⁹ Ibid., 37-41.

⁶⁰ Ibid., 43-44.

⁶¹ George Ritzer, Douglas J Goodman, *Teori Sosiologi*. (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2008): 135.

pelakunya.⁶² Weber menegaskan bahwa suatu tindakan baru dapat disebut sebagai tindakan sosial apabila tindakan tersebut memiliki makna subjektif bagi pelakunya dan secara sadar ditujukan kepada individu lain dalam konteks interaksi sosial.⁶³

Menurut Max Weber, tindakan sosial terbagi ke dalam empat jenis utama yang menjadi dasar dalam memengaruhi perilaku pelaku sosial, yaitu:

a) Tindakan Sosial Rasionalitas Instrumental (*Zwerk Rational*)

Tindakan sosial rasionalitas instrumental merupakan bentuk tindakan yang memiliki tingkat rasionalitas paling tinggi, karena didasarkan pada pertimbangan sadar mengenai tujuan yang ingin dicapai serta alat atau cara yang dipilih untuk mencapainya. Dalam tindakan ini, individu memiliki beberapa kemungkinan tujuan dan secara sengaja memilih sarana yang dianggap paling efektif untuk mencapai tujuan tersebut.⁶⁴

Tindakan ini dilakukan setelah individu melalui proses pertimbangan yang matang mengenai hasil yang ingin diperoleh dan langkah-langkah yang harus ditempuh.

Dengan kata lain, tindakan atau perilaku tersebut dilakukan

⁶² George Ritzer, Jeffrey Stepnisky, *Teori Sosiologi Klasik*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019): 266.

⁶³ George Ritzer. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigama Ganda*. (Jakarta: Raja Grafindo Ganda, 2007): 39.

⁶⁴ Doyle Paul Johnson, *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994): 220.

secara sadar dan terarah untuk mencapai tujuan tertentu, di mana pelaku telah menyadari tujuan tindakannya serta cara yang digunakan untuk mencapainya.⁶⁵

b) Tindakan Sosial Rasionalitas Nilai (*Wertrational*)

Tindakan sosial rasionalitas nilai adalah tindakan yang dilakukan berdasarkan pertimbangan rasional yang berorientasi pada nilai-nilai tertentu, seperti nilai etis, estetis, religius, atau nilai moral lainnya, tanpa mempertimbangkan sejauh mana tindakan tersebut berhasil atau tidak. Tindakan ini sekilas serupa dengan tindakan rasionalitas instrumental karena sama-sama melalui proses pertimbangan yang matang dan memiliki tujuan yang jelas. Namun, yang membedakannya adalah bahwa tindakan rasionalitas nilai didasari oleh keyakinan dan nilai-nilai yang dianggap penting oleh pelaku, seperti nilai agama, norma hukum, atau prinsip moral yang berlaku dalam masyarakat. Nilai-nilai tersebut bersifat absolut bagi pelakunya, sehingga tindakan sosial ini tidak terlalu dipengaruhi oleh penilaian masyarakat mengenai benar atau salah, melainkan lebih berfokus pada nilai-nilai dasar yang dipegang oleh individu.

⁶⁵ George Ritzer, Douglas J Goodman. *Teori Sosiologi* (Yogyakarta: Kereasi Wacana, 1995): 101.

Nilai-nilai yang menjadi dasar tindakan tersebut dapat berupa nilai keagamaan, nilai moral, atau norma sosial yang diyakini masyarakat. Karena setiap individu atau kelompok memiliki sistem nilai dan keyakinan yang berbeda-beda, maka makna dari tindakan sosial yang dilakukan juga dapat berbeda antara satu pelaku dengan pelaku lainnya.⁶⁶

c) Tindakan Afektif (*Affectual Rational*)

Tindakan afektif merupakan tindakan sosial yang dipengaruhi oleh kondisi emosional pelaku, sehingga tidak melalui proses pertimbangan rasional. Dalam tindakan ini, individu bertindak berdasarkan dorongan perasaan sesaat tanpa perencanaan ataupun kesadaran penuh terhadap tujuan tindakannya. Dengan demikian, tindakan afektif dapat dipahami sebagai reaksi spontan yang muncul sebagai respons langsung dari emosi pelaku.⁶⁷

d) Tindakan Tradisional

Tindakan tradisional merupakan tindakan yang dilakukan berdasarkan kebiasaan yang telah berlangsung lama dan diwariskan secara turun-temurun, sehingga dilakukan tanpa memerlukan pertimbangan atau pemikiran yang mendalam. Pelaku bertindak semata-mata karena

⁶⁶ Doyle Paul Johnson, *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1994): 221.

⁶⁷ George Ritzer, Jeffrey Stepnisky, *Teori Sosiologi Klasik*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019): 267.

sudah terbiasa melakukannya dan tidak selalu menyadari alasan di balik tindakan tersebut. Menurut Max Weber, tindakan tradisional bukanlah tindakan yang didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan pada pola perilaku yang telah mengakar dalam kehidupan masyarakat.⁶⁸ Hal ini menunjukkan bahwa tindakan sosial tersebut berlandaskan pada kebiasaan yang terus dipertahankan dari generasi ke generasi.

⁶⁸ George Ritzer, Douglas J Goodman, *Teori Sosiologi*. (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2008): 136-138.