

## Sosialisasi Hukum Jual Beli di UMKM Menurut Pandangan Islam

Rajemiati\*<sup>1</sup>, Nurjannah<sup>2</sup>, Ismail<sup>3</sup>, Muhammad Azhar Nur<sup>4</sup>, Eril<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai

\*e-mail: rajemiatiraje@gmail.com<sup>1</sup>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

### **Abstrak**

Pengabdian ini dilatarbelakangi adanya tentang masih kurangnya pemahaman tentang jual beli dalam hal ini menyangkut UMKM di masyarakat. Sehingga dapat dirumuskan dalam penelitian ini peneliti mendapat kesempatan untuk bersosialisasi di masyarakat mengenai hukum jual beli dalam pandangan islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mensosialisasikan Hukum Jual Beli di UMKM Menurut Pandangan Islam. Pengabdian ini menggunakan cara yaitu dengan membagikan brosur sekaligus menjelaskan sedikit demi sedikit kepada pelaku usaha yang terkait Hukum Jual Beli di UMKM Menurut Pandangan Islam. Sosialisasi ini dilakukan kepada pelaku usaha yang ada di Desa Lemo. Implikasi pada pengabdian ini yaitu dengan cara membagikan brosur sekaligus menjelaskan sedikit demi sedikit terkait Hukum Jual Beli di UMKM Menurut Pandangan Islam dan hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa sebagian masyarakat melakukan proses jual beli tanpa mengetahui hukum-hukum jual beli. Setelah pelaksanaan sosialisasi, pelaku UMKM mulai mengetahui mengenai hukum jual beli menurut pandangan islam dan mulai menerapkannya dalam proses jual beli yang dilakukan.

**Kata kunci:** Hukum Jual Beli, UMKM, Masyarakat

### **Abstract**

*This dedication is motivated by the lack of understanding about buying and selling, in this case regarding UMKM in the community. So that it can be formulated in this study, researchers have the opportunity to socialize in the community regarding the law of buying and selling in the view of Islam. The purpose of this research is to socialize the Law of buying Selling in the view of islam. UMKM according to the Islamic view. This service uses a method, namely by distributing brochures as well as explaining little by little to businnes actors related to the law of buying and selling in UMKM according to the islamic view. This socialization was carried out to business actors in Lemo Village. The implication of this service is that by distributing brochures as well as explaining little by little regarding the law of buying and selling in UMKM according to the islamic view and the results of this services show that some people carry out the buying and selling process without knowing the laws of buying and selling. After the implementation of the socialization, MSME actors began to know about the law of buying and selling according to the Islamic view and began to apply it in the buying and selling process carried out.*

**Keywords:** Law of Sale and Purchase, UMKM, Society

## 1. PENDAHULUAN

Pengertian sosialisasi sebagai usaha untuk mengubah milik perseorangan menjadi milik umum (milik negara) dilihat dalam konteks kajian kebijakan publik menjadi tidak tepat, hal ini didasarkan kepada pemahaman bahwa kebijakan publik hakekatnya merupakan domain "publik" atau kewenangan/otoritas pemerintah, sehingga proses merubah kepemilikan menjadi milik umum bukan bagian dari proses kebijakan secara konseptual (memberi pemaknaan terhadap konsep utama), tetapi merupakan salah satu isu yang dapat digunakan sebagai substansi kebijakan (Fitria, 2017). Pendapat yang sama juga diutarakan oleh Suretnon yang mengemukakan pendapat bahwa sosialisasi merupakan proses aktivitas belajar dari seseorang untuk menjadi anggota masyarakat (Suretno, 2018).

UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Sedangkan pengertian lain dari UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh (Indonesia). Sedangkan UMKM menurut UU adalah berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pemerintah mengelompokkan jenis usaha berdasarkan kriteria aset dan omzet (Putra, 2018).

Usaha mikro merupakan kelompok pelaku usaha terbesar (96%) di Indonesia dengan karakteristik berpenghasilan rendah, bergerak di sektor informal dan sebagian besar termasuk dalam kelompok keluarga miskin. Bahkan dalam sebagian besar kasus, kelompok usaha mikro masih belum dapat memenuhi kebutuhan dasar untuk hidup, seperti: gizi, pendidikan, kesehatan dan lain-lain. Usaha mikro memiliki karakteristik yang unik dan belum tentu dapat diberdayakan secara optimal melalui mekanisme pasar yang bersaing (Shobirin, 2016).

Dalam struktur perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang produktif, yang keberadaannya mendominasi lebih dari 99% dalam struktur perekonomian nasional. Jika dicermati lebih mendalam keberadaan UMKM cukup dilematis. Di satu sisi keberadaannya dianggap sebagai penolong karena lebih mampu bertahan di masa krisis ekonomi serta menjadi tumpuan harapan masyarakat. Karena keberadaannya mampu banyak menyediakan kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan, pengangguran, dan arus urbanisasi serta motor penggerak pembangunan nasional dan daerah (Salim, 2017).

Jual beli dalam istilah *fiqh* disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. *Lafal albai'* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *asy syira* (beli) (Waldelmi et al., 2019).

Jual beli merupakan aktifitas transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak. Jual beli merupakan sebuah akad transaksi praktis yang dapat dilakukan dengan mudah oleh siapapun. Karena pada intinya jual beli adalah proses yang dilakukan antara penjual dan pembeli dengan tujuan untuk sama-sama mendapatkan benefit (manfaat) (Herdiana, 2018). Kegiatan jual beli terjadi setiap saat tanpa mengenal batas dan waktu. Apalagi dewasa ini kegiatan jual beli mengalami proses percepatan waktu seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Allah S.W.T. telah menghalalkan jual beli yang sesuai dengan *syari'ah*-Nya; agar jual beli yang dilakukan berdasarkan dengan aturan-aturan yang jelas dan gamblang sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah sehingga nantinya para penjual dan pembeli akan mendapatkan manfaat sesuai dengan hak-haknya (Salim, 2017).

Setelah diketahui pengertian dan dasar hukumnya, bahwa jual beli (bisnis) merupakan pertukaran harta atas dasar saling rela dan atas kesepakatan bersama. Suapaya bisnis yang kita lakukan itu halal, maka perlu memperhatikan rukun dan syarat jual beli (bisnis). Rukun secara bahasa adalah yang harus dipenuhi untuk sahnya suatu pekerjaan. Sedangkan syarat adalah ketentuan (peraturan, petunjuk) yang harus diindahkan dan dilakukan. Dalam buku Muhammad Amin Suma dijelaskan: rukun (Arab, rukn) jamaknya *arkan*, secara harfiah antara lain berarti tiang, penopang dansandaran, kekuatan, perkara besar, bagian, unsur dan elemen (Putra, 2018).

Sedangkan syarat (Arab, *syarth* jamaknya *syara'ith*) secara literal berarti pertanda, indikasi dan memastikan. Menurut istilah rukun diartikan dengan sesuatu yang terbentuk (menjadi eksis) sesuatu yang lain dari keberadaannya, mengingat eksisnya sesuatu itu dengan rukun (unsurnya) itu sendiri, bukan karena tegaknya. Kalau tidak demikian, maka subjek (pelaku) berarti menjadi unsur bagi pekerjaan, dan jasad menjadi rukun bagi sifat, dan yang disifati (*al-maushuf*) menjadi unsur bagi sifat (yang mensifati). Adapun syarat, menurut terminology para fuqaha seperti diformulasikan Muhammad Khudlari Bek, ialah sesuatu yang ketidadaannya mengharuskan (mengakibatkan) tidak adanya hukum itu sendiri. Hikmah dari ketiadaan syarat itu berakibat pula meniadakan Shobirin Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam hikmah hukum atau sebab hukum (Waldelmi et al., 2019). Dalam syari'ah, rukun, dan syarat sama-sama menentukan sah atau tidaknya suatu transaksi.

Oleh karena itu pada dasarnya, ada 3 hal yang perlu diperhatikan dalam rukun jual beli, yaitu : Ada penjual dan pembeli yang keduanya harus berakal sehat, atas kemauan sendiri, dewasa/baligh dan tidak mubadzir alias tidak sedang boros, Ada barang atau jasa yang diperjualbelikan dan barang penukar seperti uang, dinar emas, dirham perak, barang atau jasa. Untuk barang yang tidak terlihat karena mungkin di tempat lain namanya as-salam. Ada *ijab qabul* yaitu adalah ucapan transaksi antara yang menjual dan yang membeli (penjual dan pembeli) (Ikbal et al., 2018).

## 2. METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di UMKM (Seperti di Toko-toko dll) pada tanggal 25 Maret 2022 dan pada kegiatan ini, mahasiswa menggunakan metode *face to face* kepada pemilik usaha untuk menjelaskan sekaligus memberikan brosur mengenai sosialisasi hukum jual beli di UMKM menurut pandangan islam kepada pelaku usaha yang ada di Desa Lemo dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini banyak masyarakat yang melakukan proses jual beli tanpa mengetahui hukum-hukum jual beli sebelumnya tetapi setelah di jelaskan sedikit demi sedikit sekaligus di berikan brosur maka pelaku usaha tersebut sudah dapat mengerti bahwa di dalam proses jual beli itu ada hukum-hukumnya menurut pandangan islam.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi hukum di UMKM ini berjalan dengan lancar, dengan cara mahasiswa menjelaskan sedikit demi sedikit mengenai sosialisasi hukum jual beli di UMKM menurut pandangan islam serta membagikan brosur kepada pemilik usaha tersebut baik itu di toko-toko maupun di tempat makan.

Teori yang mendukung dalam sosialisasi hukum jual beli ini yaitu mahasiswa melakukan sosialisasi ini dengan mendatangi satu persatu tempat usaha yang ada di Desa Lemo kemudian mahasiswa tersebut menjelaskan apa maksud kunjungannya ke tempat usaha tersebut setelah itu mahasiswa membagikan brosur sekaligus menjelaskan maksud kunjungannya serta menjelaskan sedikit demi sedikit isi yang ada di dalam bosur tersebut agar supaya pelaku usaha sedikit demi sedikit paham mengenai hukum jual beli di UMKM menurut pandangan islam itu sendiri karena sebagian masyarakat khususnya yang memiliki tempat usaha dalam melakukan proses jual beli tanpa mengetahui hukum-hukum jual beli.

Adapun dampak dari sosialisasi ini kepada pelaku usaha yaitu sedikit demi sedikit pelaku usaha tersebut paham dengan adanya sosialisasi ini bahwa dalam melakukan proses jual beli kita juga harus tahu bahwa di dalam proses jual beli ini juga ada hukum-hukumnya contohnya Hukum jual beli di UMKM Menurut pandangan islam.



**Gambar 1: Mahasiswa Menjelaskan Hukum Jual Beli Menurut Pandangan Islam Sekaligus Pembagian Brosur Kepada Pelaku Usaha**



**Gambar 2: Mahasiswa Menjelaskan Hukum Jual Beli Menurut Pandangan Islam Sekaligus Pembagian Brosur Kepada Pelaku Usaha**

#### 4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pelaksanaan kegiatan sosialisasi hukum di UMKM ini berjalan dengan lancar, dengan cara mahasiswa menjelaskan sedikit demi sedikit mengenai sosialisasi hukum jual beli di UMKM menurut pandangan islam serta membagikan brosur kepada pemilik usaha tersebut baik itu di toko-toko maupun di tempat makan. Setelah pelaksanaan sosialisasi, pelaku UMKM mulai mengetahui mengenai hukum jual beli menurut pandangan islam dan mulai menerapkannya dalam proses jual beli yang dilakukan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Fitria, T. N. (2017). BISNIS JUAL BELI ONLINE (ONLINE SHOP) DALAM HUKUM ISLAM DAN HUKUM NEGARA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 52–62. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V3I01.99>
- Herdiana. (2018). Sosialisasi Kebijakan Publik: Pengertian dan Konsep Dasar. *Stiacimahi.Ac.Id*, 14(November), 13–25. <http://www.stiacimahi.ac.id/wp-content/uploads/2019/12/2.-Dian-Herdiana.pdf>
- Ikbal, M., Mustafa, S. W., & Bustami, L. (2018). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Mengurangi Pengangguran Di Kota Palopo. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(1), 35–46. <https://doi.org/10.35906/jep01.v4i1.293>
- Putra, A. H. (2018). PERAN UMKM DALAM PEMBANGUNAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT KABUPATEN BLORA. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40–52. <https://doi.org/10.20961/JAS.V5I2.18162>
- Salim, M. (2017). JUAL BELI SECARA ONLINE MENURUT PANDANGAN HUKUM ISLAM. *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 6(2), 371–386. <https://doi.org/10.24252/AD.V6I2.4890>
- Shobirin, S. (2016). JUAL BELI DALAM PANDANGAN ISLAM. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(2), 239–261. <https://doi.org/10.21043/BISNIS.V3I2.1494>
- Suretno, S. (2018). JUAL BELI DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(01), 93–109. <https://doi.org/10.30868/AD.V2I01.240>
- Waldelmi, I., Lodia Putri, D., Author Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning Jln Yos Sudarso, C. K., & Artikel, H. (2019). Sosialisasi Transaksi Jual Beli Syariah di Pasar Syariah Ulul Albab. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 34–39. <https://doi.org/10.31960/CARADDE.V2I1.140>