

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang kita teliti. Penting bagi kita untuk mereview hasil dari para peneliti terdahulu guna mengetahui masalah apa saja yang pernah dibahas oleh peneliti terdahulu. Berikut beberapa hasil jurnal yang menjadi acuan peneliti :

Penelitian pertama dilakukan oleh Afrianti (2019) tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris tentang proses transaksi jual-beli, dan penerapan nilai-nilai ekonomis syari'ah dalam transaksi jual-beli pada pedagang di pasar Pekkabata Kabupaten Pinrang. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai ekonomi syari'ah belum sepenuhnya diterapkan oleh para pedagang di pasar Pekkabata. Hal ini disebabkan bahwa masih ada indikator-indikator shiddiq/kejujuran dalam hal penggunaan takaran atau timbangan disebabkan masih ada beberapa pedagang yang menyetel takarannya.

Penelitian kedua dilakukan oleh Andani (2020) tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi pedagang dalam transaksi jual beli sembako di Plaza Bangkinang dan bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap komunikasi pedagang dalam transaksi jual beli sembako. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pedagang dalam transaksi jual beli sembako di Plaza Bangkinang, sudah dilakukan komunikasi yang baik namun masih dijumpai adanya pedagang yang tidak transparan. Walaupun demikian, jarang ditemukan keluhan dari pembeli di pasar Plaza bangkinang. Pembeli tetap berbelanja dikarenakan sikap pedagang yang sopan dan selalu mengkonfirmasi takaran timbangan sehingga pembeli merasa puas.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Ilma (2019) tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Bagaimana pelaksanaan penerapan transaksi Jual Beli di Toko Nurhayati Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon dan Bagaimana pandangan Islam terhadap transaksi Jual Beli di took Nurhayati pasar

sandang Tegalgubug Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon. Hasil Penelitian menunjukkan akad yang digunakan di Toko Nurhayati dengan akad suka sama suka, memang banyak pembeli yang menawar dengan sesuka hati, dengan adanya kesepakatan harga dengan pembeli akan memudahkan para pembeli untuk complain barang jika dalam baran tersebut terjadi cacat atau hal lain yang diharuskan di tukar. Mekanisme yang digunakan terhadap penjualan produk yaitu menawarkan model yang diinginkan pembeli serta memperlihatkan barang sesuai dengan keinginan pembeli, mulai dari ukuran serta model mukenah anak hingga dewasa dari berbagai jenis bahan sehingga memudahkan para pembeli untuk memilih model serta jenis bahan yang mereka inginkan. faktor yang menjadi hambatan dalam pelaksanaan transaksi jual beli yaitu faktor cuaca yang panas.

Penelitian keempat dilakukan oleh Kamma, *et al.*, (2017) Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan nilai ekonomi syariah di Pasar Belawa Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai ekonomi Islam di Pasar Belawa belum tertata dengan baik dikarenakan kurangnya pengetahuan para pedagang tentang nilai-nilai ekonomi Islam dan masih ada beberapa pedagang yang melakukan kecurangan dalam melakukan kegiatan transaksi dan tidak memperhatikan etika dalam berdagang sesuai dengan ketentuan hukum Islam.

Penelitian kelima dilakukan oleh Ihsan, *et al.*, (2018) bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan penimbangan sembako yang dilakukan oleh pedagang sesuai dengan perspektif Ekonomi Islam di Pasar Soppeng Kabupaten Soppeng. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyaknya pedagang sembako di pasar Soppeng yang belum memahami bahkan mengaplikasikannya sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini juga terkait karena kurangnya perhatian pemerintah atau lembaga keagamaan yang menyinggung atau mengangkat etika bisnis Islam menjadi sebuah sistem yang akan berdampak positif pada usaha yang mereka jalankan.

Penelitian keenam dilakukan oleh Mukhaev (2020) bertujuan untuk membangun model interaksi yang efektif antara bisnis dan pemerintah di Rusia, berdasarkan pengalaman asing yang positif dan dengan mempertimbangkan karakteristik ekonomi, politik, dan social budaya Negara tersebut. Hasil dari

penelitian ini menyatakan terbuktinya bahwa model interaksi universal antara bisnis dan pemerintah tidak ada, tetapi disetiap model komunikasi nasional antara bisnis dan pemerintah terdapat praktik efektif yang dapat disesuaikan dengan realitas di Rusia.

Penelitian ketujuh dilakukan oleh Ilyoo (2015) dengan tujuan untuk mengetahui harapan kepercayaan pada pilihan konsumen pada pedagang online di Korea. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya semakin kuat persepsi risiko kinerja produk, semakin tinggi pula kepercayaan yang diharapkan konsumen pada pedagang online untuk terlibat dalam transaksi.

Penelitian kedelapan dilakukan oleh Adetunji, *et al.*, (2017) bertujuan untuk menguji hubungan antara komunikasi pemasaran media sosial, khususnya jenis yang dibuat pengguna (Media Sosial Word-of-Mouth) dan jenis yang dibuat perusahaan (Periklanan Media Sosial, Promosi Media Sosial dan Media Sosial). Pemasaran Interaktif); dan CBBE merek otomotif di Malaysia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan media sosial, promosi media sosial dan media sosial dari mulut ke mulut memiliki hubungan positif dengan CBBE merek otomotif. Namun, pemasaran interaktif media sosial memiliki peran yang tidak signifikan dalam CBBE. Implikasi teoritis dan praktis dari temuan dibahas dalam makalah ini.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Nilai-Nilai Dasar Akuntansi Syari'ah

Bangunan Ekonomi Islam didasarkan atas lima nilai universal. Dimana kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun proposisi-proposisi dan teori-teori ekonomi Islam. Kelima nilai tersebut telah dipaparkan oleh Adiwarmanto A. Karim dalam bukunya yaitu, :

1. Keesaan Tuhan (*Tauhid*)

Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Karena dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “tiada sesuatu pun yang layak disembah selain Allah,” dan “tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya, selain daripada Allah” karena Allah adalah pencipta alam semesta dan seisinya. Oleh karena itu, Allah adalah

pemilik hakiki, sedangkan manusia hanya diberi amanah untuk “memiliki” sementara waktu, sebagai ujian mereka. Dan manusia memiliki tujuan untuk beribadah kepadaNya. Karena itu, segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam (sumber daya) dan manusia (*mu'amalah*) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah. Karena kepadaNya kita akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan kita, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis (Karim: 2016: 34).

Konsep tauhid mengajarkan bahwa segala sesuatu bertitik tolak dari Allah SWT bertujuan akhir kepada Allah SWT termasuk dalam menggunakan sarana dan sumber daya harus disesuaikan dengan syariat Allah SWT. Aktivitas ekonomi seperti produksi, distribusi, konsumsi, pemasaran, pendapatan dan ekspor-impor idealnya harus senantiasa dilakukan dengan nilai-nilai ilahiyah dan berjalan dalam koridor syariah yang bertujuan untuk menciptakan falah dan ridha Allah SWT. Seorang muslim yang bekerja dalam bidang produksi maka diniatkan tidak lain untuk memenuhi perintah Allah SWT demikian pula ketika berdagang, bekerja di pabrik atau perusahaan, semuanya dalam bingkai ibadah kepada Allah SWT. Makin tekun seseorang bekerja, makin tinggi nilai ibadah dan takwanya kepada Allah SWT. Gambaran tersebut merupakan gambaran seorang muslim yang menganggap bahwa pekerjaannya itu adalah ibadah kepada Allah SWT.

Dalam melakukan suatu aktivitas kita dianjurkan mencari ridho Allah bukan semata-mata mencari keuntungan materi saja kita juga harus memperhatikan hal-hal yang tidak sesuai dengan aturan agama kita. Kegiatan dilakukan hanya semata-mata untuk beribadah dan mengabdikan kepada Allah. Hal ini didasarkan semua amal dan perbuatan manusia dimana akan dipertanggung jawabkan di akhirat kelak. Selain itu melakukan aktivitas perekonomian diniatkan ibadah agar mendapatkan hasil lebih daripada niat untuk mencari harta. Dengan niat yang baik maka kita akan mendapat keuntungan yaitu, harta dan pahala yang diridhoi oleh Allah Swt (Kamma, *et al.*, 2017).

Islam menganggap manusia berperilakunya rasional jika konsisten dengan prinsip-prinsip Islam yang bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang

seimbang. Tauhidnya mendorong untuk yakin, Allah-lah yang berhak membuat rules untuk mengantarkan kesuksesan hidup (Fachri, 2018).

2. Keadilan (*'Adl*)

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifatnya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara zalim. Manusia sebagai khalifah dimuka bumi harus memelihara hukum Allah dibumi dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia. Supaya semua mendapat manfaat daripadanya secara adil dan baik (Karim, 2018: 35).

Dalam banyak ayat Al-qur'an pun sudah sangat jelas ditegaskan untuk kita berperilaku adil dalam menjalankan segala aktivitas. "...*Sungguh Allah mencintai orang-orang yang berlaku adil.*" (Qs 49:9). Karena adil merupakan sebagai landasan membangun *islah*. Adil merupakan lawan kata dari zalim, maka terjadinya tindak kedzaliman disebabkan oleh runtuhnya bangunan keadilan. Dengan bersikap adil-lah dapat meminimalisir tindakan-tindakan yang dapat memicu terjadinya konflik.

Dalam penjelasan UU No. 21 tahun 2008 menjelaskan implementasi keadilan dalam aktivitas ekonomi tidak mengandung unsur. (a) Riba yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (batil) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, waktu penyerahan (fadl), (b) Maisir merupakan transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan, (c) Gharar yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syari'ah, (d) Haram yaitu transaksi yang objeknya dilarang dalam syari'ah, atau (e) Zalim yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lainnya (Ikit, 2018: 20).

Salah satu contoh tindak kedzaliman yang seringkali ditemukan dalam aktivitas bisnis yaitu penipuan. Penipuan terjadi apabila salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui pihak lain dan dapat terjadi dalam empat hal, yakni dalam kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan. Empat jenis

penipuan tersebut dapat membatalkan akad transaksi, karena tidak sepenuhnya prinsip rela sama rela. “*Dan janganlah kamu campur adukkan kebenaran dan kebatilan, dan (janganlah) kamu sembunyikan kebenaran, sedangkan kamu mengetahui.*” (Qs 1:42).

3. Kenabian (*Nubuwwah*)

Diutuslah para nabi dan rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia. Fungsi Rasul adalah untuk menjadi model terbaik yang harus diteladani manusia agar mendapat keselamatan di dunia dan di akhirat. Untuk umat muslim, Allah telah mengirimkan “manusia model” yang terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad Saw. Sifat-sifat utama yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, adalah sebagai berikut:

a. Jujur (*Shiddiq*)

Shiddiq artinya benar atau jujur. Bukan hanya perkataannya yang benar, tapi perbuatannya juga sejalan dengan ucapannya. Adalah mustahil Nabi Muhammad Saw bersifat pembohong, dusta, dan sebagainya (Al-Ghifari, 2018: 201).

Berbagai faktor yang menyebabkan manusia tidak dapat berlaku jujur seperti faktor iri hati, lingkungan, sosial ekonomi, ingin populer, maupun faktor-faktor lainnya. Perilaku jujur dan tidak jujur, tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Terjadinya korupsi, penyalahgunaan kekuasaan, perselingkuhan, merupakan implementasi dari ketidakjujuran. Sifat-sifat kotor merupakan sifat umum yang dimiliki manusia ketika memasuki dunia bisnis. Mereka tidak terkait ruang dan waktu karena merupakan karakter mendasar manusia. Karena itu Islam memberikan jalan yang terbaik untuk menyelesaikannya yaitu dengan mengikuti pesan-pesan Nabi Muhammad saw, yakni sifat-sifat yang terpuji. Jika para pedagang menerapkan sifat terpuji maka hal ini menunjukkan bahwa pedagang khususnya dan masyarakat pada umumnya telah siap membangun dirinya

sendiri dalam segala bidang kehidupan seperti politik, ekonomi, hukum, kebudayaan, dan sebagainya (Nizar, 2017).

b. Tanggung jawab (*Amanah*)

Amanah artinya dapat dipercaya. Jika satu urusan diserahkan kepada orang yang amanah, maka niscaya orang akan percaya bahwa urusan itu akan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu Rasulullah Saw dijuluki oleh penduduk Makkah dengan gelar *Al-Amin* yang artinya terpercaya.

Sifat amanah akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu. Kumpulan individu dengan kredibilitas dan tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antar anggotanya. Sifat amanah memainkan peran fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab, kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

Transaksi syari'ah didasarkan pada paradigma dasar bahwa alam semesta diciptakan oleh Tuhan sebagai amanah (kepercayaan Ilahi), dan sarana kebahagiaan hidup bagi seluruh umat manusia untuk mencapai kesejahteraan hakiki secara material dan spiritual (*al-falah*). Substansinya adalah bahwa setiap aktivitas umat manusia memiliki akuntabilitas dan nilai ilahiah yang menempatkan perangkat syari'ah dan akhla sebagai parameter baik dan buruk, benar dan salahnya aktivitas usaha. Dengan cara ini, akan terbentuk integritas yang akhirnya akan membentuk karakter tata kelola yang baik (*good governance*) dan disiplin pasar (*market discipline*) yang baik.

c. Kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualita (*Fathanah*)

Implikasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdikan dan pengoptimalan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Jujur, benar, kredibel dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam berekonomi dan berbisnis. Para

pelaku harus pintar dan cerdas supaya usahanya efektif dan efisien, dan agar tidak menjadi korban penipuan.

Karena itu, siapa saja yang bekerja dalam bidang bisnis dan perdagangan, wajib belajar dan memahami mana yang benar dalam praktisinya. Ali bin Abu Thalib *radiallahu 'anhu* pun berujar: “Barangsiapa yang berdagang sebelum dia memahami hukum-hukum agama, maka dia akan terjerumus ke dalam riba, kemudian terjerumus, kemudian terjerumus” (Ali, 2016: 15).

d. Komunikasi, keterbukaan, pemasaran (*Tabligh*)

Sifat ini merupakan taktik hidup Muslim. Karena setiap Muslim mengemban tanggung jawab da'wah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap Muslim, apalagi yang bergerak dalam bidang ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar-pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat *tabligh* menurunkan prinsip-prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan opini massa, open management, iklim keterbukaan, dan lain-lain.

4. Pemerintahan (*Khilafah*)

Pemerintahan sangat berperan dalam aktivitas ekonomi untuk kemakmuran rakyat. Dalam Al-Qur'an Allah berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi khalifah di bumi, artinya unntuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi. Oleh karena itu, pada dasarnya setiap manusia adalah pemimpin. Fungsi utamanya adalah agar menjaga keteraturan interaksi (*mu'amalah*) antar kelompok, termasuk dalam bidang ekonomi. Agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan.

Dalam Islam, pemerintah memainkan peranan yang kecil, tetapi sangat penting dalam perekonomian. Peran utamanya adalah untuk menjamin perekonomian agar berjalan sesuai dengan syari'ah, dan untuk memastikannya supaya tidak terjadi pelanggaran terhadap hak-hak manusia. Semua ini dalam kerangka mencapai maqashid al-syari'ah yang menurut Imam Al-Ghazali adalah untuk memajukan kesejahteraan manusia. Hal ini dicapai dengan melindungi keimanan, jiwa, akal, kehormatan, dan kekayaan manusia.

Al-Ghazali juga mendukung *al-hisabah*, sebuah badan pengawas yang dipakai banyak negara Islam pada waktu itu, dan berfungsi mengawasi praktik pasar yang merugikan. Praktik-praktik yang perlu diawasi diantaranya seperti timbangan serta ukuran yang tidak benar, iklan palsu, pengakuan laba palsu, transaksi barang haram, kontrak yang cacat, kesepakatan yang mengandung penipuan, dan lain-lain (Muafi, 2016).

5. Hasil (*Ma'ad*)

Walaupun sering kali diterjemahkan sebagai “kebangkitan”, tetapi secara harfiah *ma'ad* berarti “kembali”. Karena kita semua akan kembali kepada Allah. Pandangan dunia yang khas dari seorang Muslim tentang dunia dan akhirat dapat dirumuskan sebagai: “Dunia adalah ladang akhirat” artinya, dunia adalah wahana bagi manusia untuk bekerja dan beraktivitas (beramal shaleh). Namun demikian, akhirat lebih baik daripada dunia, karena itu Allah melarang kita untuk terikat pada dunia, sebab jika dibandingkan dengan kesenangan akhirat, kesenangan dunia tidaklah seberapa (Karim, 2016: 41).

Kemauan yang keras dapat menggerakkan motivasi untuk bekerja dengan sungguh-sungguh. Orang akan berhasil apabila mau bekerja keras, tahan menderita, dan mampu berjuang untuk memperbaiki nasibnya. Menurut Murphy dan Peck, untuk mencapai sukses dalam karir seseorang, maka harus dimulai dengan kerja keras. Kemudian diikuti dengan mencapai tujuan dengan orang lain, penampilan yang baik, keyakinan diri, membuat keputusan, pendidikan, dorongan ambisi, dan pintar berkomunikasi. Allah memerintahkan kita untuk tawakkal dan bekerja keras untuk dapat mengubah nasib. Jadi intinya adalah inisiatif, motivasi, kreatif yang akan menumbuhkan kreativitas untuk perbaikan hidup. Selain itu kita juga dianjurkan untuk tetap berdoa dan memohon perlindungan kepada Allah swt sesibuk apapun kita berusaha karena Dialah yang menentukan akhir dari setiap usaha (Syarofi, 2016)

2.2.2. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Dalam bahasa Arab, komunikasi sering menggunakan istilah *tawashul* dan *ittishal*. Kalau merujuk pada kata washala yang artinya sampai, *tawashul* artinya adalah proses yang dilakukan oleh dua pihak untuk saling bertukar informasi sehingga pesan yang disampaikan dipahami atau sampai kepada dua belah pihak yang berkomunikasi. Jika komunikasi berasal dari satu arah, maka tidak dapat dikatakan *tawashul*. Adapun kata *ittishal* secara bahasa lebih menekankan pada aspek ketersambungan pesan, tidak harus terjadi komunikasi dua arah. Jika salah satu pihak menyampaikan pesan, dan pesan itu sampai dan bersambung dengan pihak yang dimaksud, maka saat itu sudah terjadi komunikasi dalam istilah *ittishal* (Hefni, 2017: 3).

Karena pentingnya komunikasi tersebutlah Islam yang mengusung prinsip “kafah” atau komprehensif dalam ajarannya tidak membiarkan umat yang meyakiniya berkomunikasi tanpa panduan. Bahkan Allah menyatakan bahwa diantara tujuan keberadaan manusia di muka bumi ini adalah untuk saling membangun komunikasi dengan seluruh manusia, tanpa membedakan ras, suku, warna kulit, bangsa, dan lain-lain. Allah berfirman dalam ayatnya pada Qur’an surat Al-Hujurat ayat 13.

2. Prinsip Komunikasi

Dalam melaksanakan aktivitas ekonomi, pedagang perlu memperhatikan prinsip komunikasi dalam Islam. Menurut Usman dalam Jalaluddin Rahmat menyebutkan prinsip-prinsip komunikasi sebagai berikut:

- a. **Qaulan Sadida.** Mengandung arti pembicaraan yang benar, jujur, konsisten, dan terkendali.
- b. **Qaulan Balighan.** Prinsip berkomunikasi secara efektif dan tepat sasaran.
- c. **Qaulan Maisuran.** Bermakna ucapan yang lembut, baik, dan pantas.
- d. **Qaulan Ma’rufan.** Prinsip ini terdapat konsep tanggung jawab individu dalam kelompok untuk mempersiapkan generasi penerus agar menerima dan mengamalkan ajaran Islam.
- e. **Qaulan Layyinan.** Adalah ucapan lembut atau halus sehingga enak meresap kedalam hati.

- f. **Qaulan Kariman.** Komunikasi ini pada dasarnya meliputi seluruh prinsip komunikasi efektif, dimana dalam komunikasi harus menampakkan sikap jujur, sopan, benar, dan bermanfaat baik dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, serta berbangsa dan bernegara sehingga melahirkan rahmat dari Allah Swt (Muljadi, 58:2019)

3. Fungsi Komunikasi

- a. **Informasi.** Dalam pandangan Islam, informasi adalah pintu awal seseorang memiliki karakter tertentu. Baik atau buruk. Ibnu Qayyim mengatakan bahwa karakter tidak terbentuk otomatis, tetapi melalui tahapan-tahapan. Pembentukan karakter dimulai dengan langkah mengumpulkan informasi tentang makna pesan (*khawathir* dan *afkar*), lalu terbentuk persepsi (*tashawwur*), lalu muncul keinginan (*iradah*) dan akhirnya melahirkan perbuatan (*fi'il*). Perbuatan yang dilakukan secara berulang akan melahirkan karakter (*'adat*). Baik tidaknya suatu karakter tergantung dari input informasi yang masuk. Mengingat pentingnya informasi dalam kehidupan manusia, maka Islam melarang keras umatnya untuk berdusta.
- b. **Meyakinkan.** Fungsi dari meyakinkan dalam Islam bisa dicapai di antaranya dengan metode dialog (hiwar) dan metode debat (jidal).
- c. **Mengingatkan.** Lupa adalah sifat yang tidak bisa berpisah dari manusia, dengan berkomunikasi dapat membuat kita saling mengingatkan.
- d. **Memotivasi.** Metode memotivasi diri sendiri adalah metode yang paling ideal. Namun manusia juga bisa termotivasi jika mendapatkan suntikan motivasi dari orang lain. Komunikasi adalah salah satu cara untuk menyuntikkan motivasi kepada orang lain.
- e. **Sosialisasi.** Bersosialisasi dengan orang disekitar adalah kebutuhan kita semua untuk bisa diterima dan dihargai. Dan dengan berkomunikasi inilah dapat dilakukannya sosialisasi.
- f. **Bimbingan.** Sebagai manusia, sangat memungkinkan kita memerlukan orang lain untuk membimbing mencari solusi atau mengarahkan tempat yang tepat. Bimbingan bisa dilakukan dengan melakukan percakapan pribadi, dialog langsung, dan lainnya.

- g. **Kepuasan spiritual.** Manusia terbentuk dari dua unsur yang keduanya memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi. Tubuh yang memerlukan makanan, pakaian, tempat tinggal, dan segala hal yang mendukung keselamatannya. Sementara kebutuhan roh adalah berkomunikasi dengan Allah, sang pencipta. Ketika roh bersambung dengan penciptanya, hati menjadi tenang.
- h. **Hiburan.** Sebuah kata bisa membuat orang menjadi tenteram, meskipun tidak jarang kata itu melukai. Memasukkan kebahagiaan hati ke dalam hati orang lain (*idhkal al surur*).

4. Bentuk Komunikasi

- a. **Komunikasi verbal.** Merupakan salah satu bentuk komunikasi yang lazim digunakan dalam dunia bisnis untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain baik secara tertulis maupun lisan. Bentuk komunikasi verbal ini memiliki struktur yang teratur dan terorganisasi dengan baik, sehingga tujuan penyampaian pesan-pesan bisnis dapat tercapai dengan baik.
- b. **Komunikasi Nonverbal.** menurut antropologi, sebelum manusia menggunakan kata-kata, mereka telah menggunakan gerakan-gerakan tubuh, bahasa tubuh sebagai alat untuk berkomunikasi dengan orang lain (Irwansyah, 2017:6).

2.2.3. Transaksi Jual-Beli

1. Pengertian Transaksi

a. Pengertian transaksi

Transaksi adalah seluruh aktivitas persetujuan kejadian yang berpengaruh pada posisi keuangan perusahaan dan mengakibatkan berubahnya komposisi persamaan antara sumber kekayaan dan sumber pembelanjaan. Transaksi merupakan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan serta menimbulkan perubahan terhadap posisi harta perusahaan, diantaranya aktivitas menjual, melakukan pembelian, pembayaran-pembayaran dll. Pada dasarnya setiap transaksi yang terjadi tersebut akan berakibat pada

pelaksana dan penerima transaksi, misalnya kalau perusahaan yang melakukan transaksi maka akan ada perubahan pada perusahaan tersebut yaitu apa yang diterima dan apa yang diberikan oleh perusahaan tersebut (Siregar, 2019).

b. Prinsip Transaksi

Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip transaksi. Sehingga dengan adanya transaksi akan mengakibatkan terjadinya proses transfer barang dan jasa yang dimiliki oleh setiap objek ekonomi tersebut. Berikut beberapa prinsip transaksi:

Pertama, Ar-Ridha, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*). Allah swt berfirman sebagai berikut QS. Al-A'raaf: 29 “Katakanlah, “*Tuhanku menyuruhku berlaku adil. Hadapkanlah wajahmu (kepada Allah) pada setiap sholat, dan sembahlah Dia dengan mengikhlaskan ibadah semata-mata hanya kepada-Nya. Kamu akan dikembalikan kepada-Nya sebagaimana kamu diciptakan semula*”

Kedua, berdasarkan persaingan sehat (*fair competition*). Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (*ihtikar*) atau monopoli. Monopoli dapat diartikan, setiap barang yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.

Ketiga, kejujuran (*honesty*), kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat luas.

Keempat, keterbukaan (*transparancy*) serta keadilan (*justice*). Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sebenarnya (Andani, 2020)

2. Jual-Beli

a. Pengertian Jual-Beli

Dalam istilah hukum Islam, jual beli dikenal dengan istilah *al-bay'*. Secara bahasa *al-bay'* merupakan mashdar dari kata *ba'a*, yaitu menjual. *Al-bay'* merupakan lawan kata *al-syira'*, yaitu membeli. Menurut al-Hattab al-Ru'aini (w.954 H) tutur bahasa kaum Quraisy Arab menggunakan kata *ba'a* apabila mereka mengeluarkan barang yang mereka jual dari hak miliknya. Sedangkan *isy tara* digunakan apabila mereka memasukkan barang ke dalam hak miliknya.

Menurut pasal (1457) kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) jual-beli adalah “suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan (Ikit, 2018: 74).

Definisi jual beli menurut para ulama adalah mereka sepakat bahwa jual-beli merupakan “tukar-menukar harta dengan cara-cara tertentu yang bertujuan untuk memindahkan kepemilikan”. Jual-beli dinamakan dengan akad mu'awadhah, karena didalamnya terlibat dua pihak yang melakukan transaksi, di mana penjual menyerahkan barang kepada pembeli, dan pembeli menerima penyerahan barang tersebut kemudian dia menyerahkan penggantinya berupa harga (uang) kepada penjual (Hidayat, 2016: 35).

b. Hukum Jual-Beli

Dasar Hukum Jual-Beli telah disahkan oleh Al-Qur'an, hadits dan juga ijma'. Pertama, dalam Al-Qur'an telah banyak disebutkan hukum tentang jual-beli. Salah satunya yaitu yang telah tertera pada Al-Qur'an surat Al-Baqarah: 275 yang artinya “... *Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...*”. Ayat ini secara eksplisit menyatakan bahwa hukum jual-beli adalah halal, sementara hukum riba adalah haram. Kehalalan jual-beli disini bersifat umum, namun kemudian dikhususkan pada bentuk jual-beli yang tidak bertentangan dengan nash syariat, karena terdapat sebagian jual-beli yang diharamkan berdasarkan nash yang lebih khusus, misalnya jual-beli barang haram (jual-beli babi, bangkai, minuman keras dll). Dan jenis-jenis jual-beli gharar seperti jual beli *mulamasah*, jual-beli *munabadzah*, jual-beli habl *al-habalah* dan sebagainya.

Kedua, dalam hadits telah dinyatakan. *Dari Abayah bin Rifa'ah dari kakeknya, bahwa Nabi Saw ditanya: "pekerjaan apa yang paling baik?" Rasulullah Saw menjawab "Pekerjaan yang dilakukan dengan tangan dan setiap jual beli yang mabrur"*. Yang dimaksud dengan jual beli yang mabrur adalah jual beli yang dilakukan dengan jujur, tidak ada kebohongan dan khianat didalamnya, atau jual beli yang sesuai dengan tuntutan syariat. Ketiga, *ijma'*. Berkaitan dengan jual-beli, ulama sepakat mengenai kebolehnya, karena kebutuhan manusia sangat berkaitan dengan barang yang dimiliki oleh saudaranya. Sedangkan saudara tidak akan memberikan barang tersebut tanpa kompensasi. Sehingga dengan diisyaratkannya jual beli masing-masing pihak dapat memenuhi kebutuhannya. Disisi lain, manusia merupakan makhluk social yang tidak dapat hidup tanpa kerjasama dan tolong menolong dengan manusia yang lainnya.

c. Rukun Jual Beli

Menurut mazhab Hanafi, rukun jual-beli hanya satu. yaitu: *shighat* atau ijab Kabul yang menunjukkan aktifitas jual beli atau tindakan yang menunjukkan kerelaan (keridhaan) masing-masing pihak dalam jual beli untuk suatu pertukaran kepemilikan, baik berupa perkataan atau perbuatan.

Adapun menurut mayoritas ulama, rukun jual-beli ada tiga, yaitu:

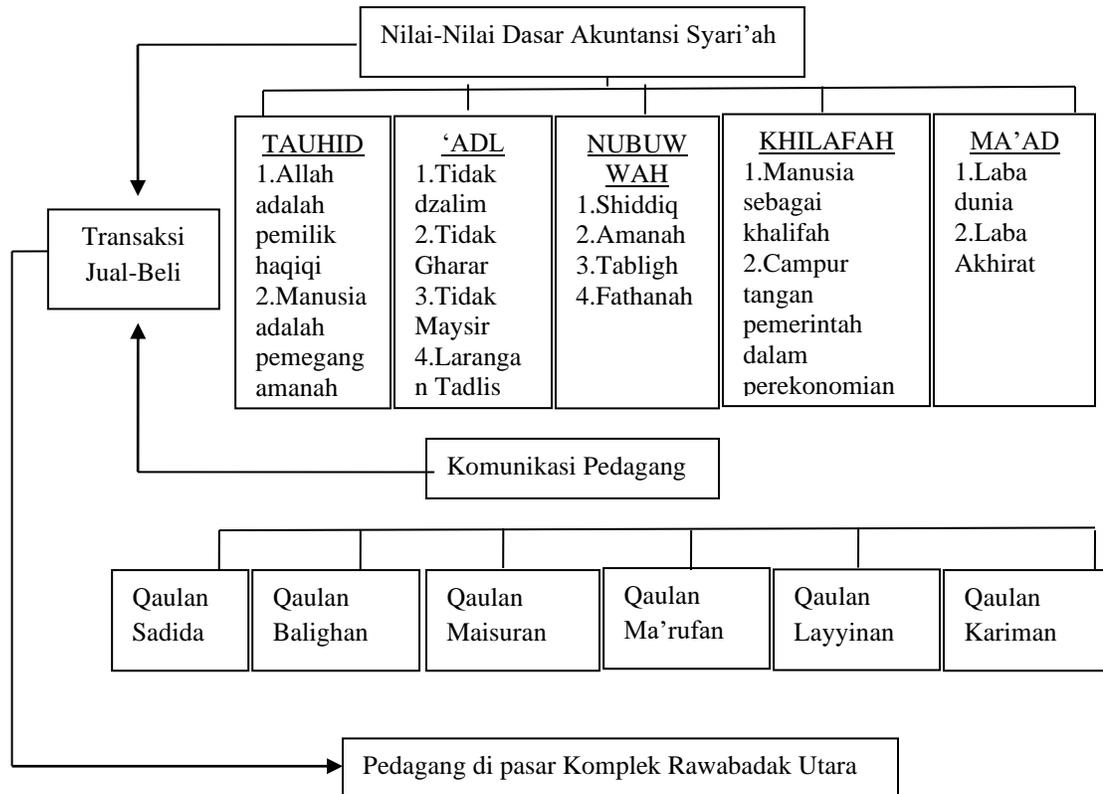
Rukun pertama, lafazh ijab qabul (*Shighat*). Dalam hal ini *shighat* dapat didefinisikan sebagai "sesuatu yang berasal dari kedua belah pihak yang berakad, yang menunjukkan keinginan keduanya untuk melakukan akad dan merealisasikan kandungannya, yang biasanya diungkapkan dengan istilah ijab dan qabul". Dalam konteks jual beli, yang memiliki barang adalah penjual, sedangkan yang akan memilikinya adalah pembeli. Dengan demikian pernyataan yang dikeluarkan oleh penjual adalah ijab meskipun datangnya belakangan. Sedangkan pernyataan yang dikeluarkan oleh pembeli adalah Kabul, meskipun dinyatakannya pertama kali.

Rukun kedua, dua pihak yang berakad (*'aqidani*). Terdapat kata *'aqid* dalam kalam tersebut yang berarti pihak yang berakad. Dengan maksud adalah penjual dan pembeli, karena keduanya mempunyai andil dalam

terjadinya pemilikan barang dengan kompensasi harga. Kata *'aqidani* tersebut memaknai keduanya, yaitu dua pihak yang berakad.

Rukun ketiga, barang yang diakadkan (*Ma'qud 'alaih*). Didefinisikan sebagai “harta yang akan dipindahtangankan dari salah seorang yang berakad kepada pihak lain, baik harga atau barang berharga.” Dalam pengertian tersebut dapat diketahui bahwa objek akad dalam jual beli berupa barang yang ingin dimiliki oleh pembel serta harga yang dibayar oleh pembeli kepada penjual sebagai kompensasi kepemilikan barang kepadanya (Karim, 2016: 93).

2.3. Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber: Karim (2016) dan Muljadi (2019)