

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, di mana aktivitas transaksi jual beli menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Transaksi ini melibatkan banyak pihak dan kerap memunculkan kompleksitas tersendiri, terutama dalam hal strategi pemasaran. Sayangnya, tidak semua masyarakat memiliki pemahaman yang memadai mengenai prinsip-prinsip jual beli yang sesuai dengan ketentuan agama. Dalam realitas sosial, tidak jarang penjual memanfaatkan label keagamaan sebagai strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen, khususnya konsumen Muslim yang awam terhadap aspek hukum Islam dalam muamalah. Kepercayaan masyarakat terhadap simbol-simbol agama seringkali menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan penjualan.

Fenomena ini mencerminkan adanya kecenderungan penyalahgunaan citra agama dalam berbagai sektor, terutama dalam pemasaran produk. Salah satu bentuk penyalahgunaan tersebut terlihat dari maraknya produk-produk yang diklaim memiliki nilai spiritual atau religius tertentu, namun dijual dengan harga tinggi tanpa bukti atau jaminan keotentikan yang jelas. Hal ini menimbulkan pertanyaan sekaligus membuka ruang diskusi mengenai keabsahan praktik pemasaran seperti ini dalam perspektif agama, khususnya Islam. Di tengah kondisi tersebut, masyarakat sering kali berada pada posisi yang rentan terhadap praktik-praktik komersialisasi nilai-nilai religius. Produk yang dikemas dengan simbol-simbol keagamaan kerap menimbulkan persepsi bahwa barang tersebut memiliki kualitas atau manfaat yang lebih unggul dibandingkan produk sejenis. Padahal, tidak jarang klaim tersebut hanya dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Situasi ini pada akhirnya menuntut adanya pemahaman yang lebih kritis mengenai batasan etika dalam menjual produk yang membawa label agama, sehingga konsumen tidak mudah terjerumus pada praktik pemasaran yang manipulatif dan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Transaksi jual beli merupakan aktivitas yang sering dilakukan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Dalam praktiknya, kegiatan jual beli tidak hanya melibatkan satu pihak, tetapi juga berhubungan dengan berbagai pihak lain sehingga diperlukan strategi yang tepat dalam pelaksanaannya. Namun, tidak semua masyarakat memahami bagaimana praktik jual beli yang sesuai dengan ketentuan agama.¹ Jual beli pada dasarnya merupakan bentuk interaksi sosial yang harus dilaksanakan dengan memenuhi rukun dan syarat yang telah ditetapkan. Dalam Islam, telah diatur berbagai ketentuan mengenai jual beli, mulai dari prinsip dasar, rukun dan syarat, hukum, hingga jenis-jenis jual beli yang diperbolehkan. Secara umum, prinsip dasar jual beli dalam Islam tidak jauh berbeda dengan prinsip perdagangan pada umumnya, yaitu adanya keuntungan bersama serta adanya semangat saling tolong-menolong antara penjual dan pembeli.²

Perkembangan pasar yang semakin kompleks menuntut para pelaku usaha, baik pedagang maupun pengusaha, untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif, adaptif, dan mampu bersaing. Strategi tersebut tidak hanya bertujuan agar produk dapat diterima oleh pasar, tetapi juga agar pelaku usaha mampu bertahan dan bersaing secara sehat di tengah persaingan yang semakin ketat. Transaksi jual beli merupakan salah satu pembahasan penting dalam kajian fikih muamalah yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, karena berkaitan langsung dengan pemenuhan berbagai kebutuhan sehari-hari. Kegiatan jual beli mencakup berbagai jenis kebutuhan, mulai dari kebutuhan pokok hingga produk lainnya seperti barang elektronik dan berbagai kebutuhan konsumsi lainnya. Dalam kajian fikih, istilah jual beli dikenal dengan sebutan *al-bay'*. Secara bahasa, *al-bay'* berarti menjual, menukar, atau mengganti sesuatu dengan sesuatu yang lain. Menariknya, dalam bahasa Arab istilah *al-bay'* terkadang juga digunakan untuk menunjukkan makna yang berlawanan, yaitu *asy-syirā'* yang berarti membeli. Oleh karena itu, istilah *al-bay'* mencakup dua sisi transaksi sekaligus, yaitu kegiatan menjual dan membeli.

¹ Sri Ulfa Rahayu et al., "Analisis Jual Beli Dalam Perspektif Islam," *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 1171–79.

² Burhanuddin Robbani, "Kajian Tentang Konsep Jual Beli Dalam Perspektif Al-QurânTM dan Hadist," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 2047–51.

Secara linguistik, jual beli juga dimaknai sebagai mutlaq *al-mubādalah*, yaitu pertukaran secara mutlak. Istilah lain yang digunakan adalah *muqābalah syai' bi syai'*, yang berarti saling menukar sesuatu dengan yang lain. Berdasarkan pengertian tersebut, jual beli dapat dipahami sebagai kegiatan pertukaran antara barang dan uang yang dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak, dengan mekanisme yang telah diatur dalam syariat. Proses tersebut dapat dilakukan melalui ijab dan kabul secara jelas maupun secara implisit, sebagaimana yang sering terjadi dalam praktik jual beli di pasar modern atau swalayan. Secara terminologis, jual beli memiliki cakupan pengertian yang luas, yaitu segala bentuk pemindahan hak kepemilikan atas suatu harta kepada pihak lain melalui mekanisme yang sesuai dengan ketentuan syariat. Transaksi ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti pertukaran barang dengan barang (*muqayyadah* atau barter), uang dengan uang, maupun uang dengan barang (*mu'āmalah mutlaqah*).³

Perilaku ekonomi umat Islam harus dibangun di atas dasar etika. Etika merupakan seperangkat nilai yang berlaku di masyarakat dan berfungsi sebagai pedoman dalam menentukan mana yang baik dan buruk. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), etika adalah ilmu tentang norma-norma moral, hak, dan kewajiban. Oleh karena itu, praktik jual beli juga harus dilandasi nilai-nilai etis agar tercipta keadilan dalam perekonomian. Etika dalam jual beli mencakup prinsip-prinsip seperti: (a) kejujuran, (b) keterbukaan informasi (transparansi), (c) memastikan barang yang dijual halal dan baik, (d) menjaga kualitas barang, serta (e) menjauhi praktik tidak etis seperti penipuan, sumpah palsu, riba, dan penimbunan. Etika menjadi penting dalam aktivitas ekonomi karena menjaga kehalalan rezeki yang diperoleh. Rezeki yang halal diyakini membawa dampak positif, seperti bertambahnya harta, terkabulnya doa, umur yang berkah, meningkatnya kecerdasan, serta keharmonisan dalam keluarga.⁴ Terdapat enam etika dalam jual beli yang dijelaskan oleh para ulama. Pertama, menghindari penipuan (*al-khidā'*), yang dilarang dalam semua agama dan harus dihindari dalam

³ Robbani, "Kajian Tentang Konsep Jual Beli Dalam Perspektif Al-QurānTM an Dan Hadist."

⁴ Muzanni Muzanni, "Penerapan etika bisnis islam dalam penjualan online di media sosial tiktok," *Natujā: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2025): 102–10.

memperoleh keuntungan. Kedua, jujur dalam transaksi, dimana penjual wajib menjelaskan kondisi barang secara jujur, termasuk jenis, kualitas, dan asal usulnya. Ketiga, bersikap lemah lembut dalam muamalah, yaitu bersikap sopan dan adil dalam jual beli, seperti menyesuaikan harga dengan kualitas barang, sebagaimana dianjurkan dalam Islam. Keempat, menghindari sumpah dalam transaksi. Meskipun sumpah itu benar, sebaiknya dihindari dan lebih disarankan untuk memulai transaksi dengan membaca basmalah. Kelima, memperbanyak sedekah, yang dianjurkan bagi para pedagang sebagai penebus atas kesalahan seperti menyembunyikan cacat barang atau bersikap buruk saat berdagang. Keenam, mencatat utang dan menghadirkan saksi dalam transaksi kredit, sebagaimana diperintahkan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah (02): 282 yang berbunyi :⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتٌ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبُ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمَعُوا أَنْ تَكْفُرُوا صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَفْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمٌ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَلَّحُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمَ اللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan,

⁵ Jaih Mubarak, *Fikih Mu'amalah Maliiyah: Akad Jual Beli* (Simbiosis Rekatama Media, 2017)hal 7.

*kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”.*⁶

Dalam praktik jual beli, penjual umumnya memikirkan strategi yang efektif agar produk mereka diminati oleh banyak konsumen. Di Indonesia, para pelaku usaha memahami bahwa masyarakat cenderung lebih tertarik pada produk yang mengandung unsur religius, khususnya nilai-nilai keislaman. Hal ini kemudian dimanfaatkan sebagai peluang untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk. Padahal, Islam melarang keras segala bentuk ketidakjujuran, seperti penipuan, sumpah palsu, riba, suap, serta kesombongan dalam bekerja demi memenuhi ambisi pribadi. Meskipun demikian, banyak pelaku bisnis tetap menggunakan pendekatan bernuansa agama sebagai strategi pemasaran, tanpa selalu memperhatikan kesesuaian nilai tersebut dengan prinsip kejujuran dan etika dalam Islam. Dalam Islam, jual beli adalah aktivitas pertukaran barang atau jasa yang harus memenuhi prinsip syariah, yaitu adanya kerelaan kedua belah pihak, kejelasan barang dan harga, serta kejujuran dalam transaksi. Jual beli yang sesuai syariat harus halal dan tidak mengandung unsur riba, gharar (ketidakpastian), maupun penipuan. Oleh karena itu, transaksi yang melibatkan ruqyah harus mempertimbangkan aspek ini, terutama bahwa ruqyah sebagai ibadah dan pengobatan spiritual tidak boleh dijadikan komoditas yang diperdagangkan secara komersial. Pemberian imbalan atas jasa ruqyah diperbolehkan selama merupakan bentuk upah jasa (*ju'alah*) yang disepakati secara jelas tanpa menjual bacaan ayat atau doa itu sendiri. Dengan demikian, jual beli dalam konteks ruqyah harus dibedakan antara transaksi jasa ruqyah dengan penjualan barang yang diklaim sudah diberi ruqyah, dimana yang diperbolehkan adalah jasa ruqyah dengan imbalan yang wajar, bukan menjual air atau barang ruqyah secara komersial.

⁶ Zarkasi Afif et al., *Al Quran Dan Terjemahan* (Kementrian Agama RI, 2019).

Ruqyah adalah metode pengobatan dalam Islam yang dilakukan dengan membacakan ayat-ayat Al-Qur'an, doa-doa, dan zikir tertentu sebagai permohonan perlindungan dan kesembuhan kepada Allah SWT, baik untuk penyakit fisik, psikis, maupun gangguan non-medis seperti sihir dan gangguan makhluk halus. Ruqyah syar'iyah dilaksanakan sesuai syariat, yakni menggunakan bacaan dari Al-Qur'an dan hadis, serta meyakini bahwa kesembuhan hanya berasal dari Allah SWT. Dalam perkembangan ilmu pengetahuan, ruqyah juga dipandang sebagai salah satu bentuk psikoterapi Islam yang dapat memberikan ketenangan dan penyembuhan bagi individu yang mengalami gangguan kejiwaan maupun penyakit fisik.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, bahwa etika jual beli sangat penting diterapkan dalam menjalankan sebuah usaha. Namun, dalam kenyataannya, terdapat beberapa oknum yang memanfaatkan unsur agama dalam praktik penjualan untuk meraih keuntungan yang berlipat ganda dengan cara meyakinkan masyarakat agar percaya pada produk yang mereka tawarkan. Salah satu fenomena yang muncul di tengah masyarakat adalah praktik penjualan produk yang mengandung unsur agama secara eksplisit, seperti kasus garam ruqyah. Garam, yang pada umumnya berfungsi sebagai bahan pelengkap dalam kegiatan memasak sehari-hari, mengalami pergeseran makna dan fungsi ketika diberi label "ruqyah." Produk ini tidak lagi hanya digunakan untuk memasak, melainkan juga diklaim memiliki manfaat spiritual, seperti untuk mandi atau mengusir gangguan gaib, karena telah dibacakan ayat-ayat suci Al-Qur'an. Akibat dari penyematan nilai religius ini, harga garam tersebut melonjak drastis hingga beberapa kali lipat dibandingkan harga garam biasa yang relatif murah dan mudah dijangkau masyarakat. Mereka menyadari bahwa penggunaan unsur agama dalam strategi pemasaran dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

Dalam konteks jual beli, pertanyaan penting muncul: apakah garam ruqyah bisa dijadikan objek jual beli dalam Islam? Garam pada dasarnya adalah barang biasa yang halal diperjualbelikan, namun ketika dicampur dengan konsep ruqyah dan dijual dengan klaim memiliki kekuatan tertentu, hal ini menjadi problematik karena ruqyah itu sendiri adalah bacaan dan doa, bukan barang yang dapat dijual atau diwariskan khasiatnya secara otomatis melalui benda seperti garam. Penjual

garam ruqyah biasanya menjualnya untuk menawarkan sebuah “produk” yang dianggap memiliki manfaat spiritual, seperti mengusir gangguan makhluk halus, melindungi rumah, atau bahkan melancarkan rezeki. Namun, tujuan ini harus dilihat dari perspektif pembeli, yang membeli garam ruqyah dengan harapan mendapatkan manfaat tersebut secara instan dan tanpa melalui proses ruqyah yang benar, yaitu bacaan langsung kepada orang yang membutuhkan. Dengan demikian, pembeli sebenarnya menginginkan perlindungan atau kesembuhan melalui media garam tersebut, bukan hanya sekadar membeli garam sebagai barang biasa.



Gambar 1. 1 contoh produk garam ruqyah



Gambar 1. 2 contoh produk garam ruqyah

Islam menegaskan bahwa ruqyah yang sah dan efektif adalah bacaan ayat Al-Qur'an dan doa yang dibacakan langsung kepada orang yang diruqyah, bukan melalui perantara benda mati seperti garam. Penjualan garam ruqyah yang diklaim memiliki khasiat khusus tanpa dasar syariat yang kuat justru dapat menimbulkan kebid'ahan dan bahkan mendekati syirik, karena meyakini benda tersebut memiliki kekuatan sendiri di luar izin Allah SWT. Oleh karena itu, transaksi jual beli garam ruqyah harus dikaji ulang, apakah benar memenuhi prinsip jual beli syar'i yang menuntut kejelasan objek, manfaat, dan tidak mengandung unsur penipuan atau klaim yang tidak berdasar.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan etika Jual beli dalam konteks penyalahgunaan label agama dalam pemasaran produk. Meskipun isu ini sudah mulai mendapat perhatian, masih terdapat kekurangan kajian yang mendalam mengenai bagaimana etika bisnis Islam dapat

menjadi pedoman dalam mengatasi praktik-praktik tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam konteks penyalahgunaan label agama dalam pemasaran produk. Pertanyaan yang muncul adalah bagaimana kita dapat memastikan manfaat yang diperoleh dari pembelian produk tersebut, terutama ketika harga produk tersebut bisa meningkat berkali-kali lipat. Fenomena ini menarik untuk dianalisis lebih lanjut, khususnya mengenai aspek hukum yang sebenarnya terkait dengan penjualan barang yang menggunakan unsur agama, terutama ketika kebenaran klaim tersebut belum dapat dipastikan. Selain itu, penting untuk memahami bagaimana para penjual meyakinkan konsumen untuk membeli produk mereka dan bagaimana pandangan para penjual terhadap produk yang mereka perjual belikan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi syariah, khususnya etika bisnis Islam, serta memberikan rekomendasi praktis bagi masyarakat, pelaku bisnis, dan regulator agar dapat menjalankan dan mengawasi praktik bisnis secara etis sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi basis untuk pengembangan literasi konsumen Muslim dalam menghadapi fenomena penyalahgunaan label agama dalam pemasaran produk. Berdasarkan uraian permasalahan di atas sebagai tanggung jawab akademisi atas penelitian tersebut akan ditindak lanjuti dengan judul **“TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARI’AH TERHADAP JUAL BELI GARAM RUQYAH DI APLIKASI TIKTOK SHOP”**

B. Rumusan Masalah

Melihat latar belakang di atas, muncul suatu permasalahan yang berkaitan dengan kesesuaian akad dan ketentuan jual beli dalam Islam dalam praktik jual beli garam ruqyah melalui platform aplikasi Tiktok Shop. Garam ruqyah sendiri diklaim memiliki nilai spiritual dan manfaat non-fisik tertentu yang tidak kasat mata, sehingga menimbulkan pertanyaan tentang kejelasan objek akad (*mabi'*), kesesuaian niat dan manfaat yang ditawarkan dengan prinsip *maslahah*, serta potensi unsur penipuan (*gharar*) atau eksploitasi unsur emosional dan keagamaan konsumen. Dengan demikian, fokus dalam tinjauan ini dirumuskan pada:

1. Bagaimana pelaksanaan jual beli garam ruqyah pada Aplikasi Tiktok Shop?
2. Bagaimana hukum jual beli garam ruqyah pada Aplikasi Tiktok Shop menurut Hukum Ekonomi Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan jual beli garam ruqyah pada Aplikasi Tiktok Shop?
2. Untuk mengetahui bagaimana hukum jual beli garam ruqyah pada Aplikasi Tiktok Shop menurut Hukum Ekonomi Syariah?

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian ini dapat terbagi menjadi dua yaitu secara teoritis dan secara praktis. Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai tambahan referensi dalam pengembangan kajian Hukum Ekonomi Syariah, khususnya yang berkaitan dengan fenomena jual beli produk bernuansa spiritual seperti garam ruqyah di tengah perkembangan era digital dan modernisasi ekonomi.

2. Kegunaan Secara Praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi praktisi maupun mahasiswa, khususnya di bidang Hukum Ekonomi Syariah, dalam memahami praktik jual beli yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi masyarakat umum dalam melakukan transaksi ekonomi digital yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini perlu pengetahuan terhadap kajian terdahulu agar tidak adanya pengulangan pembahasan. Berikut beberapa penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, diantaranya:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Suraiya Osman, Muhammad Hazim Ahmad, dan Abdullaah Jalil (2019) berjudul "*Penggunaan Unsur Islam Dalam Perniagaan: Analisa dari Perspektif Syariah*" bertujuan untuk mengetahui kedudukan dan pandangan syariah terhadap penggunaan unsur-unsur Islam dalam aktivitas perniagaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan unsur-unsur agama Islam secara tidak bertanggung jawab dalam perniagaan dapat menimbulkan *gharar* (ketidakjelasan), penipuan (*tadlis*), serta penyalahgunaan agama yang berpotensi menyesatkan konsumen dan merusak citra Islam. Oleh karena itu, praktik tersebut dinilai tidak sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, dan perlu ada pengawasan dari otoritas keagamaan dan regulasi negara untuk mencegah penyalahgunaan yang lebih luas. Penelitian ini menjadi rujukan penting bagi kajian terkait penyalahgunaan simbol dan label keagamaan dalam strategi pemasaran, serta menegaskan pentingnya kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab syariah dalam aktivitas jual beli, khususnya di era digital dan e-commerce.⁷

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Romadoni Adi Saputra (2019) berjudul "*Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Barang Bertuah (Azimat)*" merupakan studi lapangan yang dilakukan di Desa Mulya Kencana, Kecamatan Tulang Bawang Tengah, Kabupaten Tulang Bawang Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui definisi dan persepsi masyarakat terhadap barang bertuah serta menganalisis praktik jual belinya dalam perspektif hukum Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli barang bertuah diperbolehkan dalam Islam selama tujuannya hanya untuk koleksi dan tidak diyakini memiliki kekuatan magis atau membawa keberuntungan. Namun, apabila transaksi dilakukan

⁷ Suraiya Osman et al., "Penggunaan unsur islam dalam perniagaan: Analisis dari perspektif Syariah: The Use of Islamic Element in Business: Syariah Analysis," *Abqari Journal* 17, no. 1 (2019): 39–51.

dengan keyakinan akan manfaat gaib dari barang tersebut, maka praktik ini dilarang, karena bertentangan dengan prinsip akidah dan mengandung unsur *gharar* serta potensi kesyirikan. Penelitian ini relevan dengan studi yang mengkaji jual beli barang spiritual atau berunsur metafisik seperti garam ruqyah, karena sama-sama menilai objek jual beli yang tidak kasat mata manfaatnya dan menekankan pentingnya niat, keyakinan, dan kejelasan manfaat dalam akad menurut syariat Islam.⁸

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Bibi Kulsoom (2024) berjudul “*Ruqyah: Listening to Quranic Verses, a Disease Treatment Strategy*” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ruqyah dapat menjadi alternatif atau terapi pelengkap yang efektif bagi pengobatan penyakit fisik dan mental, tanpa efek samping farmakologis. Selain itu, praktik ini dinilai mampu meningkatkan ketenangan spiritual, kepuasan pasien, dan kepercayaan dalam hubungan antara dokter dan pasien. Penelitian ini menekankan pentingnya pelatihan tenaga kesehatan atau pelibatan praktisi Ruqyah profesional dalam pelayanan medis, khususnya bagi pasien Muslim.⁹

Empat, Penelitian yang dilakukan oleh Andi Nur Ahyani, dkk. (2024) dengan judul “*Komodifikasi Dalil Agama di E-Commerce*” bertujuan untuk mengeksplorasi bentuk-bentuk penggunaan ayat-ayat Al-Qur’an dan hadis dalam praktik komersialisasi produk di platform *e-commerce* shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan kerangka teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger dan pendekatan Sosiologi Agama. Sumber data diperoleh melalui observasi terhadap akun-akun penjual di shopee yang menyisipkan dalil-dalil agama dalam deskripsi produk, serta melalui wawancara dengan penjual dan pembeli. Hasil penelitian mengidentifikasi lima bentuk utama komersialisasi dalil agama, yaitu: (1) ayat Al-Qur’an dalam bentuk meme, (2) ayat Al-Qur’an dalam deskripsi produk, (3) gabungan ayat dan hadis dalam deskripsi, (4) hadis dalam deskripsi, dan (5) hadis yang digunakan dalam gambar dan deskripsi produk.

⁸ Romadoni Adi Saputra, *Tinjauan hukum islam tentang praktik jual beli barang bertuah (azimat)*, UIN Raden Intan Lampung, 2019: 97.

⁹ Bibi Kulsoom, “Ruqyah: Listening to Quranic Verses, a Disease Treatment Strategy,” *International Journal of Islamic and Complementary Medicine* 5, no. 1 (2024): 56–70.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan dalil agama dalam *e-commerce* termasuk dalam resepsi fungsional, yakni sebagai alat untuk menarik konsumen, meningkatkan nilai jual, dan menciptakan kesan religius dalam produk. Tiga proses sosial yang memperkuat praktik ini adalah eksternalisasi (penyesuaian sosial), objektivasi (pengulangan hingga menjadi kebiasaan pasar), dan internalisasi (pemahaman kolektif antara penjual dan konsumen terhadap makna religius produk).¹⁰

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Indah Rizqi (2022) dalam jurnal berjudul “*Qur’anic Immunity as Islamic Medicine in the Big Family of Ruqyah Aswaja*” bertujuan untuk menjelaskan bahwa pengobatan Islami tidak hanya berkaitan dengan aspek spiritual, tetapi juga memiliki dampak pada penyembuhan fisik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi lapangan di lingkungan Keluarga Besar Ruqyah Aswaja (KBRA) Pekalongan. Analisis data dilakukan dengan pendekatan fungsi informatif dan performatif dari Sam D. Gill. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KBRA menerapkan ruqyah dalam dua bentuk, yaitu melalui penyembuhan spiritual menggunakan bacaan Al-Qur’an, serta penjualan produk-produk herbal seperti air ruqyah, madu ruqyah, serbuk daun kelor, minyak bidara, dan lainnya yang diklaim telah diruqyah dan memiliki manfaat untuk penyembuhan. Dalam hal ini, ruqyah berfungsi tidak hanya sebagai media penyembuhan tetapi juga sebagai simbol religius yang digunakan dalam konteks pemasaran produk.¹¹

¹⁰ Andi Nur Ahyani et al., “Komodifikasi Dalil Agama Di *E-Commerce*,” *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 5, no. 2 (2024): 99–111.

¹¹ Dwi Indah Rizqi, “Qur’anic Immunity as Islamic Medicine in the Big Family of Ruqyah Aswaja,” *Aqwal* 3, no. 1 (2022): 66–80.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil dan Tujuan Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Ini
1.	Romadoni Adi Saputra (2019)	Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Barang Bertuah (Azimat)	Menganalisis hukum jual beli barang bertuah dalam pandangan Islam. Diperbolehkan jika tidak diyakini membawa manfaat gaib. Jika diyakini memiliki kekuatan magis, maka dilarang karena mengandung unsur syirik.	Penelitian ini menitikberatkan pada barang bertuah secara tradisional. Penelitian saya mengkaji produk spiritual modern yang diperjualbelikan secara digital.
2.	Suraiya Osman, Muhammad Hazim Ahmad, dan Abdullaah Jalil (2019)	Penggunaan Unsur Islam Dalam Perniagaan: Analisa dari Perspektif Syariah	Menganalisis penggunaan unsur Islam dalam praktik perniagaan dari perspektif syariah. Penggunaan simbol agama secara tidak bertanggung jawab dapat menimbulkan <i>gharar, tadlis</i> , dan	Penelitian ini bersifat umum dan membahas simbol agama dalam perniagaan secara luas. Penelitian saya fokus pada produk spesifik (garam ruqyah) di platform <i>e-commerce</i> tertentu (Tiktok Shop).

			menyesatkan konsumen.	
3.	Dwi Indah Rizqi (2022)	Qur'anic Immunity as Islamic Medicine in the Big Family of Ruqyah Aswaja	Menjelaskan bahwa ruqyah juga dapat berfungsi dalam penyembuhan fisik melalui produk herbal. Ruqyah digunakan dalam dua fungsi: spiritual dan produk herbal. Produk tersebut juga dijual sebagai sarana pengobatan.	Penelitian ini menekankan fungsi dan praktik ruqyah dalam pengobatan. Penelitian saya fokus pada penilaian hukum jual belinya, khususnya melalui aplikasi digital.
4.	Andi Nur Ahyani, dkk. (2024)	Komodifikasi Dalil Agama di <i>E-Commerce</i>	Mengkaji bentuk dan fungsi penggunaan ayat Qur'an dan hadis dalam promosi produk di shopee. Terdapat lima bentuk komodifikasi dalil agama; digunakan untuk menarik konsumen dan menciptakan kesan religius.	Penelitian ini menyoroti fenomena simbol agama dalam <i>e-commerce</i> secara umum. Penelitian saya lebih spesifik pada legalitas dan keabsahan produk garam ruqyah dalam hukum ekonomi syariah.

5.	Bibi Kulsoom (2024)	Ruqyah: Listening to Quranic Verses, a Disease Treatment Strategy.	Menilai efektivitas ruqyah sebagai metode terapi alternatif bagi kesehatan fisik dan mental. Ruqyah efektif secara spiritual dan mental, serta meningkatkan hubungan dokter- pasien.	Penelitian ini fokus pada fungsi ruqyah sebagai pengobatan, sedangkan penelitian saya fokus pada penggunaan ruqyah sebagai komoditas jual beli.
----	---------------------------	--	---	---

F. Kerangka Berfikir

Fiqh muamalah merupakan ilmu yang membahas aktivitas atau transaksi yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan syariah Islam, berkaitan dengan perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari, yang dirumuskan melalui dalil-dalil Islam secara rinci. Dengan demikian, fiqh muamalah mencakup seluruh kegiatan muamalah manusia yang berlandaskan aturan-aturan Islam, baik berupa perintah maupun larangan, seperti kewajiban, sunnah, keharaman, kemakruhan, dan kebolehan (mubah). Bidang ini tidak membahas aspek ibadah yang menyangkut hubungan manusia dengan Tuhan (vertikal), melainkan lebih kepada hubungan antar sesama manusia (horizontal). Dalam praktik muamalah, dikenal istilah akad, yaitu sebuah perjanjian atau kontrak yang melibatkan persetujuan kedua belah pihak. Akad terjadi ketika salah satu pihak mengajukan pernyataan kehendak (ijab atau penawaran), dan pihak lain menyatakan persetujuannya (qabul atau penerimaan). Akad ini dilakukan dengan cara-cara yang diakui oleh syariat sebagai bentuk kesepakatan bersama yang menunjukkan niat dan kehendak para pihak

dalam melaksanakan transaksi muamalah. Tujuannya adalah untuk mencapai kerelaan bersama dan menimbulkan akibat hukum terhadap objek akad tersebut.¹²

Secara istilah, para ulama fiqih memberikan definisi yang beragam mengenai jual beli pesanan (*salam*). Menurut Ulama Syafi'iyah, jual beli pesanan merupakan suatu bentuk akad untuk menyediakan barang dengan spesifikasi tertentu, yang akan diserahkan pada waktu yang telah ditentukan, dengan pembayaran dilakukan di awal atau saat akad berlangsung. Sementara itu, imam Hanafi' memberikan pengertian yang serupa, yakni bahwa jual beli pesanan adalah kontrak di mana penjual menyediakan barang setelah pembeli membayarnya secara tunai di awal transaksi.¹³

Dalil tentang jual beli sendiri ini dasarnya ada pada Al Quran dan Al sunnah yaitu :

1. QS, an- Nisa (4): 29

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

*"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."*¹⁴

Di antara sunah/hadis yang dijadikan dasar kebolehan jual-beli adalah tiga hadis berikut;"

1. Hadis yang diriwayatkan Imam al-Bazar dan hadis ini bernilai shahih menurut Imam Hakim dari Rifa'ah Ibn Rafi'. Rasulullah Saw. ditanya tentang usaha apa yang paling baik. Beliau menjawab bahwa usaha yang paling baik adalah perbuatan seseorang secara langsung ('amal al-rajuli bi yadihi) dan setiap jual-beli yang mabrur.

¹² Lc M Abdul Wahab, *Teori Akad Dalam Fiqih Muamalah*, 2019.

¹³ Mubarak, *Fiqih Mu'amalah Maliyyah: Akad Jual Beli*.

¹⁴ Afif et al., *Al Quran Dan Terjemahan*.

2. Hadis riwayat Imam Baihaqi dan Ibn Majah serta hadis ini bernilai shahih menurut Ibn Hibban dari Sa'id al-Khudri yang menjelaskan bahwa Rasulullah Saw. bersabda bahwa jual-beli sah dilakukan jika penjual dan pembeli saling merelakan (*innama al-bai' 'an taradhin*).¹⁵

Umat Islam telah mencapai kesepakatan (*ijma'*) mengenai kebolehan melakukan transaksi jual beli, karena manusia pada dasarnya memiliki berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi. Aktivitas jual beli menjadi bagian dari kehidupan peradaban manusia. Ibn Khaldun menjelaskan bahwa secara alamiah manusia merupakan makhluk yang berperadaban, kreatif, dan inovatif, serta kehidupannya berlangsung dalam rangka memenuhi berbagai kebutuhan, salah satunya melalui kegiatan jual beli atau pertukaran. Dalam fikih Islam, jual beli pesanan dikenal dengan beberapa istilah, yaitu *al-istishna'*, *al-salam*, atau *salaf*. Secara bahasa, ketiga istilah tersebut memiliki makna yang hampir sama, yaitu pembayaran dilakukan di awal sementara penyerahan barang dilakukan di kemudian hari. Secara umum, terdapat dua bentuk utama jual beli pesanan, yaitu melalui akad salam dan akad *istishna'*.¹⁶ Akad salam merupakan bentuk transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum tersedia pada saat akad berlangsung. Barang tersebut akan diserahkan pada waktu yang telah ditentukan di masa mendatang, sedangkan pembayaran dilakukan secara penuh di muka. Dalam praktiknya, akad salam digunakan untuk menjamin ketersediaan barang pada masa yang akan datang guna memenuhi kebutuhan pembeli, dan termasuk salah satu bentuk transaksi yang diperbolehkan dalam ekonomi syariah.¹⁷ Sementara itu, dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 103 dijelaskan bahwa akad salam adalah kontrak jual beli atas barang pesanan (*muslam fih*) yang penyerahannya dilakukan di kemudian hari oleh penjual (*muslam ilaihi*), sedangkan pembayaran harga dilakukan secara penuh oleh pembeli (*al-muslam*) pada saat akad disepakati, sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan sebelumnya.

¹⁵ Mubarok, *Fikih Mu'amalah Maliyyah: Akad Jual Beli*.

¹⁶ Veithzal Rivai and Arvian Arifin, A. *Jual Beli Salam*, n.d: 2-5.

¹⁷ Aly Akbar and Moch Cahyo Sucipto, "Analisis Transaksi Akad Salam Dalam Jual Beli Online," *EKSISBANK (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)* 2, no. 2 (2018): 11–17.

Dalil yang menjelaskan perihal salam yaitu ada dalam hadist HR. Ahmad No. 1836

حَدَّثَنَا سُفْيَانُ عَنْ ابْنِ أَبِي نَجِيحٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ كَثِيرٍ عَنْ أَبِي الْمُنْهَالِ عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسَلِّفُونَ فِي التَّمْرِ السَّنَتَيْنِ وَالثَّلَاثَ فَقَالَ مَنْ سَلَفَ فَلْيُسَلِّفْ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ

Artinya: Telah menceritakan kepadaku Sufyan dari Ibnu Abu Najih dari Abdullah bin Abu Katsir dari Abu Al Minhal dari Ibnu Abbas, "Ketika Nabi ﷺ tiba di Madinah orang-orang melakukan salaf (menyerahkan uang terlebih dahulu sebelum menerima barang) pada kurma untuk dua dan tiga tahun. Maka beliau bersabda, "Barang siapa melakukan salaf maka hendaklah dia melakukannya dengan timbangan yang jelas dan takaran yang pasti serta waktu yang jelas." (HR. Ahmad No. 1836).¹⁸

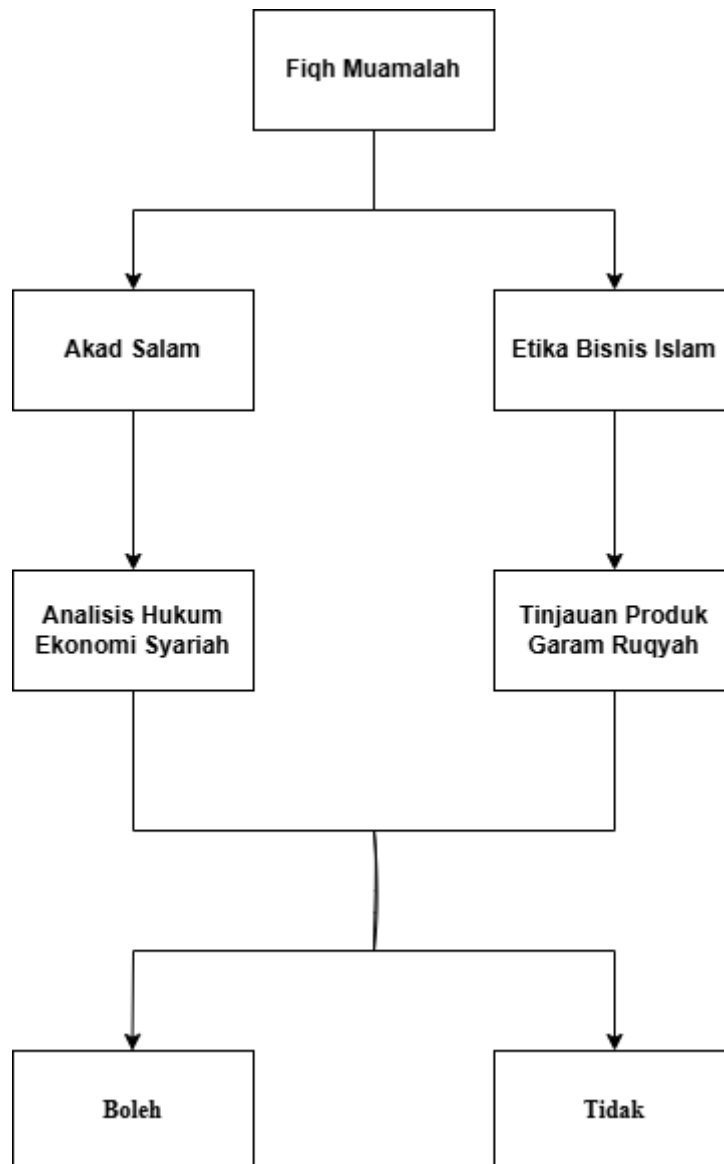
Garam ruqyah adalah garam yang telah didoakan dengan bacaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam sebuah ritual yang diyakini dapat memberikan manfaat spiritual, seperti menangkal gangguan jin, sihir, dan energi negatif. Proses ruqyah pada garam ini biasanya dilakukan oleh seseorang yang dianggap memiliki otoritas keagamaan, seperti ustaz atau praktisi ruqyah. Penggunaannya cukup beragam, mulai dari dicampurkan ke dalam air untuk mandi, ditaburkan di sudut-sudut rumah, hingga kadang dicampur dalam air minum atau digunakan untuk berkumur, meskipun yang terakhir ini lebih jarang dilakukan. Praktik mandi dengan garam ruqyah dipercaya dapat membersihkan energi negatif dan meredakan berbagai keluhan fisik maupun psikis, sedangkan penaburan di rumah diyakini mampu mengusir makhluk halus dan melindungi penghuni rumah dari gangguan gaib. Namun, dari sudut pandang syariat Islam, praktik memperjualbelikan garam ruqyah menuai perdebatan.

Tidak ditemukan dalil shahih dalam Al-Qur'an maupun hadits yang mendukung praktik membaca doa atau ayat Al-Qur'an pada garam lalu menggunakannya untuk tujuan spiritual. Beberapa ulama, seperti Ibnu Utsaimin, menyatakan bahwa praktik ini termasuk bid'ah dan bahkan bisa menjadi sarana kesyirikan jika keyakinan terhadap garam melebihi keyakinan kepada Allah. Selain itu, penjualan garam ruqyah dengan harga jauh lebih mahal dibanding garam biasa

¹⁸ Ahmad ibn hambal, *Musnad Al-Imām Ahmad Ibn Hanbal*, Shu'ayb al-Arna'ut, vol. 3 (Mu'assasah al-Risālah, 2001). No 1836

sering dianggap sebagai bentuk komersialisasi agama yang mengeksploitasi kepercayaan masyarakat tanpa dasar ilmiah yang jelas. Namun, sebagian ulama membolehkan jika penjualannya dilakukan secara transparan, tidak menyesatkan, dan tidak menimbulkan keyakinan syirik. Dalam realitas masyarakat Indonesia saat ini, fenomena garam ruqyah berkembang pesat, terutama di kalangan masyarakat Muslim yang mencari solusi spiritual atas masalah kesehatan atau gangguan non-fisik. Produk ini laku keras di pasaran dengan harga yang sangat tinggi, bahkan ada penjual yang mampu meraup omzet miliaran rupiah per bulan. Meski demikian, praktik ini tetap menuai kontroversi dan perdebatan sengit di tengah masyarakat, antara mereka yang meyakini manfaatnya sebagai bentuk perlindungan spiritual dan yang menganggapnya sebagai efek sugesti atau plasebo saja, tanpa dasar ilmiah maupun syariat yang kuat.

Menurut penjelasan di atas bahwa mengetahui hukum jual beli garam ruqyah menurut hukum ekonomi syariah sangatlah penting karena menyangkut keabsahan akad dan kehalalan transaksi yang dilakukan oleh umat Islam. Garam ruqyah adalah garam yang telah dibacakan doa-doa tertentu dan diyakini memiliki manfaat spiritual atau penyembuhan. Dari sudut pandang hukum ekonomi syariah, penting untuk memastikan apakah manfaat yang diklaim dari garam ruqyah dapat dibuktikan secara syar'i dan tidak bertentangan dengan akidah Islam. Jika tidak dijelaskan dengan baik kepada konsumen, praktik jual beli garam ruqyah bisa terjatuh dalam unsur penyesatan atau eksploitasi kepercayaan agama, yang dalam syariah dilarang. Selain itu, akad jual beli harus memenuhi syarat: ada barang, harga, kerelaan, dan kejelasan manfaat barang. Maka, jika manfaat ruqyah tidak jelas atau dilebih-lebihkan tanpa dasar, jual beli tersebut bisa dinilai batil atau mengandung unsur *gharar*.



Gambar 1. 3 Kerangka berfikir

G. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan Langkah-langkah bagaimana peneliti dapat menjawab rumusan masalah sehingga jawaban dari setiap rumusan masalah dapat dipertanggungjawabkan agar bernilai secara akademis

1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis empiris. penelitian yuridis empiris tidak hanya menganalisis aturan

hukum, tetapi juga memperhatikan implementasi dan perilaku masyarakat terhadap aturan tersebut. Penelitian ini disebut juga pendekatan empiris atau sosiologis, yang memanfaatkan metode dan teknik dari ilmu sosial. Hukum dalam pendekatan ini dipandang sebagai ilmu terapan dan preskriptif, serta sebagai fakta empiris yang dapat diamati dalam kehidupan nyata.¹⁹

Pendekatan melalui yuridis empiris dimanfaatkan untuk menghimpun dan menganalisis data langsung dari lapangan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari literatur hukum, serta data primer yang dikumpulkan melalui wawancara dan survei. Penggabungan kedua jenis data tersebut diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang lebih akurat dan sah terhadap persoalan hukum yang diteliti.²⁰

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris karena tidak hanya mengkaji ketentuan hukum ekonomi syariah secara normatif mengenai praktik jual beli, tetapi juga mengeksplorasi bagaimana praktik jual beli garam ruqyah dilakukan secara nyata di aplikasi Tiktok Shop. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis kesesuaian antara praktik jual beli garam ruqyah tersebut dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, baik dari aspek akad, transparansi, hingga penggunaan label "ruqyah" yang bernuansa agama sebagai strategi pemasaran.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis yaitu metode dengan cara menuturkan, menganalisis, dan mengklasifikasi yang dikumpulkan berupa data-data, gambar dan bukan angka. Adapun pengertian dari metode deskriptif analitis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul

¹⁹ Fauzah Nur Aksa et al., "Perbandingan metode penelitian yuridis normatif dan yuridis empiris: penelitian di uin sjech m djamil djambek," *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 12, no. 6 (2025): 2226–36.

²⁰ Sidi Ahyar Wiraguna, "Metode Normatif Dan Empiris Dalam Penelitian Hukum: Studi Eksploratif Di Indonesia," *Public Sphere: Jurnal Sosial Politik, Pemerintahan Dan Hukum* 3, no. 3 (2024)hal 3.

sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.²¹

Dengan kata lain penelitian deskriptif analitis mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Alasan menggunakan metode ini yaitu menggambarkan dan menganalisis praktik jual beli garam ruqyah melalui aplikasi Tiktok Shop, metode ini membantu untuk menampilkan data apa adanya, lalu mengaitkannya dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah tanpa melakukan generalisasi, melainkan fokus pada analisis mendalam terhadap kasus yang diteliti.

2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif. Data kualitatif adalah jenis data yang tidak disajikan dalam bentuk angka, melainkan berupa kata-kata, pendapat, penjelasan, maupun deskripsi mengenai suatu peristiwa. Data tersebut umumnya diperoleh melalui wawancara, observasi langsung, ataupun dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Data kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai suatu fenomena, termasuk untuk mengetahui apa yang terjadi, alasan terjadinya, serta bagaimana prosesnya berlangsung. Penggunaan data kualitatif dalam penelitian ini dipilih karena informasi yang diperlukan tidak berbentuk angka, melainkan berupa keterangan, pandangan, serta penjelasan dari pihak penjual maupun pembeli. Contohnya meliputi alasan penjual mencantumkan label "ruqyah", respons atau tanggapan konsumen terhadap produk tersebut, serta bagaimana proses transaksi jual beli dilakukan..²²

²¹ Kh M. Zakariah et al., *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (R n D)*, 2021.

²² Lukas S. Musianto, "Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian," *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2002): 123–36.

3 Sumber Data

Sumber data merupakan seluruh informasi yang diperoleh baik dari responden maupun dari berbagai dokumen yang berkaitan dan bermanfaat bagi kebutuhan penelitian. Dalam suatu penelitian umumnya terdapat dua jenis data yang digunakan untuk dianalisis, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui metode penelitian yang digunakan, seperti survei, wawancara, observasi, ataupun eksperimen. Pada umumnya, data primer dinilai lebih baik dibandingkan data sekunder karena informasi yang diperoleh cenderung lebih rinci dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan secara langsung melalui kegiatan observasi, wawancara, serta dokumentasi, yang kemudian akan diolah lebih lanjut untuk menghasilkan temuan penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh langsung dari narasumber yang merupakan penjual garam ruqyah.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui penelusuran berbagai sumber tertulis, seperti buku, artikel, jurnal, majalah, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian. Data sekunder berfungsi sebagai pendukung bagi data primer yang telah diperoleh sebelumnya. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan (*library research*) yang berkaitan dengan tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik jual beli garam ruqyah di aplikasi TikTok Shop.

4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan pembahasan, maka penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Secara sederhana, wawancara dapat dipahami sebagai proses pertemuan antara dua orang yang bertujuan untuk bertukar informasi dan gagasan melalui komunikasi secara langsung, sehingga dapat membangun pemahaman terhadap suatu topik tertentu. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, sehingga informasi yang ingin diperoleh dapat diketahui dengan jelas dan terarah. Wawancara dilakukan kepada para informan yang dianggap memahami permasalahan yang diteliti, yaitu pihak penjual dan pembeli garam ruqyah.²³

b. Studi Dokumentasi

Studi dokumen merupakan metode pelengkap dalam penelitian kualitatif yang digunakan bersamaan dengan observasi dan wawancara. Penggunaan studi dokumen dapat memperkuat serta meningkatkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif, karena data yang diperoleh tidak hanya berasal dari pengamatan dan wawancara, tetapi juga didukung oleh berbagai dokumen yang relevan dengan penelitian.²⁴

c. Studi Kepustakaan

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah berbagai sumber tertulis, seperti buku, literatur, catatan, serta laporan yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi dan landasan teori yang relevan dengan topik penelitian yang akan dibahas.

²³ Fahriana nurrisa and dina hermina, "Pendekatan Kualitatif Dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, Dan Analisis Data," *jurnal teknologi pendidikan dan pembelajaran/ e-issn: 3026-6629* 2, no. 3 (2025): 2-5.

²⁴ Natalina Nilamsari, "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif," *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 13, No. 2 (2014): 2.

5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian merupakan tahapan yang dilakukan setelah proses pemilihan dan pengumpulan data selesai. Pada tahap ini, data yang telah diperoleh akan diuji dan diolah untuk menghasilkan suatu temuan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis data secara kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan berbagai data yang kemudian ditafsirkan serta dianalisis untuk selanjutnya ditarik kesimpulan. Proses pelaksanaannya dilakukan melalui beberapa langkah sebagai berikut:

- a. Pengumpulan Data yaitu mengumpulkan dan menelaah data dari berbagai sumber data, baik sumber primer maupun sekunder.
- b. Reduksi Data yaitu Pengolahan dan klasifikasi data yaitu pengelompokkan seluruh data yang terkumpul dalam satuan-satuan permasalahan sesuai dengan masalah yang diteliti.
- c. Penyajian Data yaitu proses menyusun dan menampilkan data yang sudah direduksi ke dalam bentuk yang rapi, terstruktur, dan mudah dipahami, agar peneliti bisa melihat pola, hubungan antar data, dan arah analisisnya.
- d. Penarikan Kesimpulan yaitu Menganalisa data yang kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang ada.