

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Aqiqah merupakan salah satu bentuk praktik peribadahan sunnah di samping praktik keagamaan yang bersifat wajib seperti sholat, puasa, zakat dan haji yang merupakan perwujudan dari rukun Islam. Aqiqah cukup banyak dilakukan dalam kehidupan masyarakat Islam terutama yang berada di Indonesia. Perhatian masyarakat yang cukup besar terhadap ritual ini berdasarkan pada suatu pandangan, bahwa aqiqah merupakan ritual yang mendapat legitimasi Syari'ah Islam yang tujuan pandangan ini melahirkan harapan terhadap pahala dan berkah, baik yang diterima si bayi maupun orang tua.<sup>1</sup> Aqiqah didalamnya memuat nilai-nilai hikmah sebagai pendekatan (*taqarub*) kepada Allah dan sebagai usaha pendidikan pribadi dan masyarakat kearah komitmen atau pengikatan batin kepada amal.<sup>2</sup>

Kesadaran masyarakat Islam di Indonesia untuk menyelenggarakan aqiqah anak-anaknya saat ini semakin meningkat. Namun, di sisi lain mereka enggan direpotkan dengan rangkaian acara seperti pemelihan hewan, proses pemotongan dan pengolahan hewan yang digunakan dalam aqiqah. Bagi umat muslim, wujud syukur menyambut kelahiran bayi ditunjukkan dengan menggelar acara aqiqah. Orang tua bayi akan menyembelih domba atau kambing, mengolah dagingnya, lalu membagikan kepada tetangga dan karib kerabat. Dulu kebanyakan orang menyembelih dan mengolah sendiri daging kambingnya, tapi kini tidak lagi. Lantaran kesibukan, banyak orang tua tak punya cukup waktu menyiapkan sendiri aqiqah buat si permata hati. Kini banyak orang cenderung praktis, tinggal memesan segala kebutuhan ke catering aqiqah.<sup>3</sup>

Meski jasa catering aqiqah menjamur, prospek usaha ini masih bagus, karena potensi pasar masih luas, bisnis layanan aqiqah ini masih terbuka lebar bagi pemain baru. Hal ini menjelaskan bahwa semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis catering aqiqah. Untuk dapat eksistensi bisnis dalam ketatnya persainagn, maka perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan kebutuhan dan

---

<sup>1</sup> Nasaruddin Umar, *Bias Gender dalam Pemahaman Islam*, Cet.1, (Yogyakarta: Gama Media, 2002), 93

<sup>2</sup> Ahmad Ma'ruf Asrori, *Berkhitan dan Aqiqah Upaya Pembentukan Generasi Qur'an*, cet IV, (Surabaya : Penerbit Al-Miftah, 2008), 88

<sup>3</sup> Anonim, "Bisnis Aqiqah Peluang Usaha Segala Zaman Omset Ratusan Juta", (2010) diakses 2 Agustus 2020 dari [www.suaramedia.com](http://www.suaramedia.com)

keinginan konsumen yang semakin lama semakin kompleks dan selalu berubah-ubah seiring perkembangan jaman.<sup>4</sup>

Adapun untuk tetap mempertahankan pelanggan agar tetap setia yaitu dengan cara memuaskan pelanggan tersebut dengan memberikan produk-produk yang berkualitas. Setiap perusahaan pasti mengharapkan para konsumen puas atas produk jasa atau barang yang ditawarkan, terlebih jika kepuasan konsumen dapat berimbas positif bagi perusahaan yakni tindakan rekomendasi produk (pemasaran dari mulut ke mulut) yang dilakukan konsumen secara cuma-cuma dan sukarela.<sup>5</sup>

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu produsen agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan dengan membuat citra yang baik di mata pelanggan itu sendiri yang nantinya akan menimbulkan loyalitas yang berkelanjutan.<sup>6</sup> Hal tersebut bisa dicapai oleh suatu produsen melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa yang diinginkan konsumen, dimana kegiatan tersebut sangat tergantung pada produsen atau penjual dengan bermacam atribut melalui harga, produk, pelayanan, lokasi, fasilitas dan promosi dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli.<sup>7</sup>

Islam mewajibkan umatnya untuk bekerja mencari nafkah dan menegaskan bahwa aktivitas perekonomian yang dilakukan dengan baik merupakan perbuatan mulia dan menjadi bagian dari kesalehan (*qurbah*). Islam tidak menghendaki orang yang suka menganggur melainkan memerintahkan untuk membiasakan diri bekerja keras agar bisa mendapatkan harta dengan cara yang baik demi kebaikan dirinya, keluarganya dan masyarakatnya.<sup>8</sup> Bagian dari aktivitas ekonomi yang sering dilakukan manusia adalah akad jual beli atau perdagangan, akad kerjasama dalam mengelola suatu usaha atau

---

<sup>4</sup> Umar Chadiq, "Memahami Perilaku Konsumen Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis", *AKSES Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.2 No.3 (2007): 60

<sup>5</sup> Shakuntala, M., "The Power of Word of Mouth Promotion", (2011) diakses 2 Agustus 2020 dari [www.managementdaily.co.id](http://www.managementdaily.co.id)

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2017), 24

<sup>7</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Managemen*, 15th Edition, (Pearson Education, Inc., 2016), 44

<sup>8</sup> Ahmad Isya Asyur, *Fikih Islam Praktis Bab Muamalah*, (Solo: CV Pustaka Mantiq, 1995), 80

lahan, akad sewa menyewa jasa dan barang, serta masih banyak lagi aktifitas muamalah yang berkembang seiring perkembangan zaman.<sup>9</sup>

Banyak pula penyedia layanan jasa yang difungsikan untuk meringankan beberapa orang yang memiliki aktifitas padat, atau juga difungsikan karena ada pihak-pihak tertentu yang memiliki keahlian tersebut sedangkan pihak lain tidak mampu untuk melakukannya, sehingga memanfaatkan pelayanan jasa dari pihak lain. Salah satu contoh transaksi layanan jasa dalam lingkungan masyarakat yang difungsikan bagi seseorang atau salah satu pihak untuk meringankan aktifitas atau untuk mengefektifitasikan pengelolaan adalah menjalankan aqiqah yang ada dalam ajaran Islam dengan jasa pemesanan catering aqiqah.

Oleh karena itu, bagi sebagian orang yang tidak ingin repot dalam melaksanakan aqiqah ini, maka bisa menggunakan layanan jasa catering aqiqah dengan melakukan pemesanan terlebih dahulu. Bagi orang yang ingin menjalankannya tinggal memesan kepada catering aqiqah sesuai produk yang ditawarkan dengan membayar sesuai harga yang telah ditentukan dan bisa dilakukan pesanan online. Hal ini merupakan suatu peluang berharga bagi pemilik usaha tersebut.

Pesan-memesan dalam syariat Islam terdapat dua cara, dengan sistem inden (*Bai' al-Salam*) dan *Bai' al-Istisna'*. Keduanya adalah bagian dari macam akad jual beli dengan memesan yang ada dalam syariat Islam. Telah diatur dalam Fatwa DSN MUI nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli salam.<sup>10</sup>

Adapun pengertian *salam* secara terminologis adalah transaksi terhadap sesuatu yang dijelaskan sifatnya dalam tanggungan dalam satu tempo dengan harga yang diberikan kontan di tempat transaksi.<sup>11</sup> Sedangkan dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pasal 20 ayat 34, *salam* adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembiayaannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang.<sup>12</sup>

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) telah memuat aturan tentang syarat-syarat melaksanakan akad *bai' salam* dalam buku II (dua) tentang akad bagian ketiga pasal 101, yakni: 1) Jual

---

<sup>9</sup> Dede Nurohman, *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 2011), 12

<sup>10</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prananda Media, 2013), 117

<sup>11</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, 113

<sup>12</sup> Mahkamah Agung Republik Indonesia, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Dirjen Badan Peradilan Agama, 2011), 14

beli *salam* dapat dilakukan dengan syarat kuantitas dan kualitas barang yang sudah jelas. 2) Kuantitas barang dapat diukur dengan takaran atau timbangan atau meteran. 3) Spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak.<sup>13</sup>

Hal tersebut perlu diterapkan oleh orang yang melaksanakan akad *salam*, sehingga transaksi atau akad yang dilakukan tersebut sah, mulai dari syarat-syarat dan rukun-rukun pelaksanaan akad jual beli *salam* ini. Meliputi subjek akad, objek akad, serta pelaksanaan akad atau transaksi tersebut. Tidak hanya bagi pemilik usaha saja yang mengetahui tentang aturan syariat dalam melaksanakan aqiqah, namun bagi pemesan juga harus memahami tata cara pelaksanaan akad *salam*, agar bisa melakukan pemesanan catering aqiqah dengan benar.<sup>14</sup>

Salah satu penyedia jasa catering aqiqah adalah Attar Mauza Catering di Kudus, yang memasarkan produknya menggunakan media sosial atau bersifat bisnis online. Attar Mauza Catering terletak di Purwosari Gribigan Pengkol Kudus dan telah memulai usaha sejak tahun 2015. Setiap pelanggan dapat melakukan pemesanan di lokasi atau melalui online (via Whatsapp dan Facebook). Attar Mauza Catering selalu berusaha mengedepankan prinsip profesionalitas dalam rangka menjaga prinsip syar'i agar apa yang menjadi hajat masyarakat tetap utuh sesuai tuntutan Islam dan selalu berusaha memperbaiki layanan, mulai dari saat berinteraksi dengan konsumen, proses pengerjaan pesanan aqiqah, hingga memastikan produk yang diterima sesuai harapan konsumen.

Berkenaan dengan harga pilihan paket aqiqah, telah termuat dalam brosur Attar Mauza Catering, serta akun media sosial resmi milik Attar Mauza Catering. Harga dari setiap paket tersebut berbeda-beda, disesuaikan dengan jumlah porsi yang akan didapatkan dari masing-masing paket. Oleh karena itu, calon pemesan hanya mengetahui harga tiap paket serta hasil porsi masakan kambing aqiqah yang akan didapatkan. Menanggapi hal tersebut, dalam jual beli terdapat hak *khiyar*, yang artinya adalah pilihan untuk melanjutkan jual beli atau membatalkannya, karena ada cacat pada barang yang dijual, atau pada perjanjian pada waktu akad, atau karena sebab yang lain.<sup>15</sup> Sebagaimana yang diatur dalam syariat Islam untuk melakukan akad pemesanan (*bai' salam*) harus

---

<sup>13</sup> Mahkamah Agung Republik Indonesia, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, 37

<sup>14</sup> Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Cetakan III, (Bandung: Mizan, 2006), 24

<sup>15</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: AMZAH, 2010), 216-217.

dijelaskan secara detail mengenai spesifikasi objek akad yang dipesan.<sup>16</sup>

Pemanfaatan media sosial dan jaringan internet dalam mendukung kemajuan berbisnis dan mendapatkan pelanggan sudah banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha. Meningkatnya jumlah pengguna internet sendiri telah menarik berbagai macam bisnis untuk mempromosikan produknya di internet dan sekaligus untuk melakukan transaksi perdagangan. Jutaan orang di seluruh dunia mencari dan membeli barang yang mereka inginkan dengan berselancar di internet. Internet mampu mempengaruhi hampir di semua sektor bisnis. Dari mulai perusahaan-perusahaan skala besar hingga *online shop* kecil pun memanfaatkan internet untuk *branding* produk, pemasaran, penjualan produk atau fungsi bisnis lainnya.<sup>17</sup>

Media sosial telah mengubah cara konsumen berinteraksi dan perusahaan di dalam memasarkan produk, meskipun di Indonesia trennya masih tergolong kecil, tapi pertumbuhannya cukup pesat. Adanya situs jejaring sosial ini dijadikan peluang usaha yang baik untuk memasarkan atau mempromosikan produk yang akan dijual. Banyak kelebihan yang dapat diambil dari pemasaran lewat jejaring sosial ini diantaranya sebagai sarana berkomunikasi dengan konsumen, sebagai media berkolaborasi apabila adanya ketidakpuasan konsumen, sebagai media promosi, dan membangun merek.<sup>18</sup>

Pelaku usaha lebih mudah memasarkan produknya melalui jejaring sosial karena sasaran pertama bisnis ini adalah orang yang dikenal, sehingga mudah untuk melakukan komunikasi. Diawali dari komunikasi dari satu teman ke teman yang lain hingga akhirnya menyebar dan membuka jaringan peluang bisnis baru. Selain memberikan banyak peluang, bisnis ini juga memiliki beberapa resiko, seperti tidak mengetahui kualitas produksi yang di beli secara langsung, penipuan dalam bertransaksi, jika terjadi kesalahpahaman transaksi pada satu orang dapat berdampak luas di seluruh jaringan atau grup bisnis yang diikuti.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Mahkamah Agung Republik Indonesia, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, 37

<sup>17</sup> Oviliani Y. Yuliana, "Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 2 No.1, (2000): 37

<sup>18</sup> Oviliani Y. Yuliana, "Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis", 42

<sup>19</sup> Premita Lisawati, "Efektivitas Iklan pada Jejaring Sosial sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan Menggunakan Metode EPIC", *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Volume 21 No.3, (2016): 153-159

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap praktik bisnis catering aqiqah secara online di Attar Mauza Catering berdasar tinjauan hukum ekonomi syariah.

## **B. Fokus Penelitian**

Untuk menghasilkan penelitian yang lebih fokus pada tema di atas, penulis membatasi penelitian ini yakni pada praktik bisnis catering aqiqah secara online di Attar Mauza Catering, meliputi:

1. Praktik bisnis catering aqiqah secara online di Attar Mauza Catering.
2. Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik bisnis catering aqiqah secara online di Attar Mauza Catering.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah yang mengatur tentang bisnis catering aqiqah secara online?
2. Apakah praktik bisnis catering aqiqah secara online yang dilakukan di Attar Mauza Catering sudah sesuai dengan tata cara syari'ah?

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun yang tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Dapat mendeskripsikan tinjauan hukum Islam yang mengatur tentang bisnis catering aqiqah secara online.
2. Mengetahui praktik bisnis catering aqiqah secara online yang dilakukan di Attar Mauza Catering sudah sesuai dengan tata cara syari'ah.

## **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat di kemudian hari. Secara umum manfaat yang dapat dihasilkan dapat dibagi menjadi dua, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan ilmu pengetahuan di bidang hukum Islam, terutama pada bidang ekonomi Islam dan mengingat

perkembangan zaman dan teknologi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lanjutan di tema aqiqah dan salam, juga menjadi bahan hipotesis bagi penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam kegiatan ekonomi yang sesuai dengan aturan-aturan agama Islam bagi objek penelitian, serta dapat dijadikan bahan untuk memperbaiki penerapan akad pemesanan aqiqah yang benar sesuai aturan Islam.

**F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi terdiri dari beberapa bagian yaitu bagian awal, bagian isi dan bagian akhir.

1. Bagian Awal

Pada bagian awal terdiri dari Halaman Judul, Pengesahan Majelis Penguji Ujian Munaqosyah, Pernyataan Keaslian Skripsi, Abstrak, Motto, Persembahan, Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Lampiran.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari 5 (lima) bab yang saling berkaitan dan merupakan urutan langkah penelitian yang utuh. Kelima bab tersebut sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi, Latar Belakang, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Skripsi.

**BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang teori yang menjadi landasan penelitian berkaitan dengan: Ibadah Aqiqah, Bisnis Online dan Jual Beli Menurut Hukum Islam, Penelitian Terdahulu, dan Kerangka Berpikir.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang kajian pustaka, yaitu membahas metode penelitian yang meliputi: Jenis dan Pendekatan Penelitian, *Setting* Penelitian, Subyek Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Pengujian Keabsahan Data, Teknik Analisis Data

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang Gambaran Obyek Penelitian, Hasil Penelitian, Analisis Data dan Pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini membahas tentang: Ssimpulan dan Saran

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini terdiri dari Daftar Pustaka, Lampiran-lampiran, Piagam-piagam dan Daftar Riwayat Hidup Penulis.

