

## **Kajian Fiqh Muamalah Pembelajaran Ekonomi Syariah dalam Praktik Bisnis Ritel di Talang Babat**

**Intan Diana<sup>1</sup>, Al Munip<sup>2</sup>, Zeni Sunarti<sup>3</sup>**

*Institut Islam Al Mujaddid Sabak*

Email: [intandianaarfan1235gr@gmail.com](mailto:intandianaarfan1235gr@gmail.com)<sup>1</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan mengkaji penerapan prinsip Fiqh Muamalah pada praktik bisnis ritel di Mahkota Mart Talang Babat serta relevansinya terhadap pembelajaran ekonomi syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh data lapangan secara komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar produk yang dijual telah memiliki label halal resmi dari MUI, meskipun terdapat produk impor tanpa label halal yang memerlukan verifikasi lebih lanjut. Mekanisme transaksi menggunakan sistem kasir modern telah memenuhi unsur ijab qabul secara implisit, namun aspek transparansi promosi perlu ditingkatkan untuk menghindari potensi ketidakjelasan akad (gharar). Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan pembelajaran ekonomi syariah yang kontekstual, karena mahasiswa dapat mempelajari langsung penerapan prinsip syariah dalam bisnis ritel serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi. Kesimpulan penelitian menegaskan pentingnya kebijakan tertulis, sistem verifikasi produk halal yang ketat, dan transparansi promosi untuk memastikan praktik bisnis sesuai ketentuan syariah secara menyeluruh.

**Kata Kunci:** *Fiqh Muamalah, Pembelajaran Ekonomi Syariah, Praktik Ritel*

### **PENDAHULUAN**

Minimarket Mahkota Mart Talang Babat merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern yang melayani kebutuhan masyarakat dengan sistem penjualan ritel. Keberadaan minimarket ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi barang, tetapi juga mencerminkan perkembangan ekonomi lokal yang semakin terintegrasi dengan sistem perdagangan modern. Dalam konteks tersebut, praktik jual beli di minimarket menjadi objek kajian penting, terutama dari perspektif Fiqh Muamalah yang menekankan pada prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan keberkahan dalam transaksi. Pemahaman yang tepat tentang Fiqh Muamalah dapat menjadi pedoman agar aktivitas ekonomi berjalan sesuai tuntunan syariat Islam (Syahra et.al, 2024). Hal ini menjadi relevan karena perkembangan pasar modern seringkali memunculkan praktik yang perlu diuji kesesuaiannya dengan hukum Islam.

Fiqh Muamalah merupakan bagian dari hukum Islam yang mengatur hubungan antarindividu dalam bidang ekonomi dan sosial. Di dalamnya terdapat aturan mengenai jual beli, sewa-menyewa, pinjaman, kerja sama usaha, hingga pengelolaan aset. Dalam konteks perdagangan modern, penerapan Fiqh Muamalah tidak hanya berlaku di pasar tradisional, tetapi juga pada minimarket yang memiliki sistem manajemen lebih terstruktur. Hal ini menuntut adanya kajian mendalam tentang kesesuaian mekanisme transaksi dengan prinsip syariah, seperti kehalalan barang, kejelasan harga, dan kerelaan kedua belah pihak

(Bhinekawati et.al, 2023). Oleh karena itu, Mahkota Mart Talang Babat menjadi lokasi yang strategis untuk melakukan kajian tersebut.

Pentingnya kajian ini semakin terasa ketika melihat dinamika perkembangan ekonomi syariah di Indonesia. Masyarakat muslim kini semakin sadar akan pentingnya bertransaksi sesuai prinsip Islam (Muhyidin, 2025). Minimarket sebagai bagian dari rantai distribusi modern menjadi ruang interaksi antara konsumen dan pelaku usaha yang harus menjaga nilai-nilai etika bisnis Islam. Dalam hal ini, Mahkota Mart Talang Babat dapat menjadi contoh praktik dagang yang menerapkan atau bahkan mengembangkan prinsip-prinsip Fiqh Muamalah dalam operasionalnya. Dengan demikian, hasil kajian diharapkan dapat menjadi referensi untuk penguatan ekonomi syariah di level ritel.

Selain itu, perkembangan teknologi dan manajemen pemasaran telah mempengaruhi cara minimarket beroperasi. Sistem barcode, metode pembayaran non-tunai, dan strategi promosi yang beragam membawa konsekuensi pada aspek hukum transaksi. Dalam Fiqh Muamalah, semua bentuk transaksi harus memenuhi rukun dan syarat yang ditetapkan syariat, meskipun medianya menggunakan teknologi modern (Syahra et.al, 2024). Oleh sebab itu, kajian di Mahkota Mart Talang Babat dapat memberikan gambaran tentang bagaimana prinsip-prinsip klasik Fiqh Muamalah diadaptasi dalam konteks perdagangan modern yang sarat inovasi.

Mahkota Mart Talang Babat sendiri memiliki peran yang cukup signifikan dalam melayani kebutuhan masyarakat setempat. Sebagai ritel modern, minimarket ini tidak hanya menyediakan produk kebutuhan sehari-hari, tetapi juga menjadi tempat peredaran produk-produk lokal. Hal ini membuka peluang bagi pengusaha kecil untuk memasarkan produknya secara lebih luas. Namun, di balik peluang tersebut, tetap ada kewajiban moral dan hukum untuk memastikan semua produk yang dijual memenuhi kriteria halal dan thayyib. Inilah yang menjadikan Fiqh Muamalah relevan untuk menjadi landasan pengelolaan minimarket.

Kajian ini juga memiliki nilai strategis dalam pengembangan pembelajaran ekonomi syariah, khususnya bagi mahasiswa atau praktisi yang ingin memahami penerapan prinsip Islam dalam bisnis ritel. Dengan melakukan studi langsung di Mahkota Mart Talang Babat, peserta pembelajaran dapat mengamati dan menganalisis praktik jual beli yang ada, lalu membandingkannya dengan ketentuan Fiqh Muamalah. Proses ini akan memberikan wawasan praktis yang sulit diperoleh hanya dari teori di kelas. Dengan demikian, pembelajaran menjadi lebih kontekstual dan aplikatif (Syawqi et.al, 2025).

Pembelajaran ekonomi syariah yang berbasis studi lapangan seperti ini dapat menumbuhkan kesadaran kritis mahasiswa. Mereka tidak hanya menghafal konsep-konsep hukum Islam, tetapi juga mampu mengidentifikasi dan memecahkan masalah yang muncul dalam praktik bisnis. Mahkota Mart Talang Babat sebagai objek penelitian dapat menjadi laboratorium mini untuk memahami interaksi antara hukum Islam dan mekanisme pasar modern. Hal ini diharapkan akan melahirkan calon praktisi atau akademisi yang memiliki integritas, kompetensi, dan kepekaan terhadap nilai-nilai syariah.

Di sisi lain, kajian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola Mahkota Mart Talang Babat. Rekomendasi hasil penelitian dapat membantu mereka memperbaiki atau meningkatkan prosedur operasional agar semakin sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Misalnya, dalam hal penentuan harga, pengelolaan promosi, atau pemilihan pemasok, semua dapat diarahkan untuk memenuhi standar etika bisnis syariah. Dengan begitu, minimarket ini tidak hanya menjadi pusat belanja, tetapi juga contoh nyata praktik bisnis yang berkah dan berkelanjutan.

Konteks lokal Talang Babat juga memberikan warna tersendiri bagi kajian ini. Sebagai daerah yang memiliki mayoritas penduduk muslim, masyarakatnya cenderung menerima dan mendukung penerapan prinsip syariah dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk perdagangan. Hal ini membuka peluang untuk mengembangkan model bisnis minimarket yang sepenuhnya berlandaskan nilai-nilai Islam. Dengan dukungan masyarakat dan regulasi yang tepat, Mahkota Mart Talang Babat dapat menjadi pelopor ritel syariah di kawasan tersebut.

Lebih lanjut, kajian ini berupaya menggabungkan dua pendekatan, yaitu pendekatan normatif dan empiris. Pendekatan normatif digunakan untuk memahami ketentuan Fiqh Muamalah yang berlaku, sedangkan pendekatan empiris digunakan untuk menilai sejauh mana ketentuan tersebut diterapkan di lapangan. Kombinasi kedua pendekatan ini akan menghasilkan analisis yang komprehensif dan realistis. Sehingga, hasil penelitian tidak hanya relevan secara teoritis, tetapi juga aplikatif dalam praktik bisnis ritel.

Dalam pembelajaran ekonomi syariah, penggunaan studi kasus seperti Mahkota Mart Talang Babat dapat menjadi metode efektif untuk mengaitkan materi dengan realitas. Mahasiswa atau peserta didik akan terbiasa memeriksa dan mengevaluasi praktik bisnis berdasarkan kerangka hukum Islam. Hal ini akan memperkuat kemampuan analisis kritis sekaligus menanamkan rasa tanggung jawab moral dalam berbisnis (Adriani, 2019). Dengan demikian, kajian ini tidak hanya memberi manfaat akademis, tetapi juga kontribusi terhadap pembentukan karakter pelaku ekonomi yang berintegritas.

Secara keseluruhan, pendahuluan ini ingin menegaskan bahwa kajian Fiqh Muamalah di Mahkota Mart Talang Babat bukan hanya studi hukum semata, tetapi juga bagian dari upaya mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam sistem ekonomi modern. Minimarket ini dipilih karena memiliki potensi besar untuk menjadi contoh penerapan prinsip syariah di tingkat ritel. Diharapkan, hasil penelitian dapat memberikan manfaat bagi pengelola minimarket, masyarakat, dan dunia pendidikan, khususnya dalam pembelajaran ekonomi syariah yang kontekstual dan aplikatif.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam praktik transaksi dan pengelolaan bisnis di Minimarket Mahkota Mart Talang Babat dalam perspektif Fiqh Muamalah. Data diperoleh melalui observasi langsung terhadap aktivitas jual beli, wawancara dengan pengelola dan karyawan minimarket, serta dokumentasi terkait prosedur operasional dan jenis produk yang dijual. Instrumen penelitian berupa panduan

observasi, daftar pertanyaan wawancara, dan lembar catatan lapangan yang disusun berdasarkan indikator prinsip Fiqh Muamalah, seperti kehalalan barang, kejelasan akad, dan keadilan harga.

Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang terkumpul dibandingkan dengan ketentuan hukum Fiqh Muamalah untuk melihat kesesuaian dan ketidaksesuaian praktik di lapangan. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen agar temuan lebih valid dan reliabel. Hasil analisis diinterpretasikan tidak hanya dari sisi hukum Islam, tetapi juga dikaitkan dengan relevansinya terhadap pembelajaran ekonomi syariah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh tentang penerapan prinsip Fiqh Muamalah di minimarket modern.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Penerapan Prinsip Kehalalan Produk**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar produk yang dijual di Mahkota Mart Talang Babat telah memenuhi kriteria halal sesuai ketentuan syariah. Produk makanan dan minuman memiliki label halal resmi dari MUI, sedangkan barang kebutuhan rumah tangga juga lolos dari unsur yang diharamkan. Namun, ditemukan bahwa beberapa produk impor belum memiliki label halal meskipun secara bahan tidak mengandung unsur haram. Dalam perspektif Fiqh Muamalah, kondisi ini memerlukan kehati-hatian karena kehalalan produk menjadi salah satu syarat sahnya transaksi. Pengelola minimarket telah berupaya menyeleksi pemasok, tetapi belum memiliki sistem verifikasi internal yang terstruktur untuk memastikan semua produk halal (Andriani, 2019). Temuan ini menunjukkan perlunya kebijakan tertulis dan prosedur pengecekan yang lebih ketat agar prinsip *thayyib* juga terpenuhi.

Mayoritas produk yang dijual di Mahkota Mart Talang Babat telah memenuhi kriteria halal sesuai ketentuan syariah. Produk makanan dan minuman memiliki label halal resmi dari MUI yang menunjukkan kesesuaiannya dengan standar kehalalan nasional. Barang kebutuhan rumah tangga yang tersedia juga bebas dari unsur yang diharamkan, baik dari bahan maupun proses produksinya. Kondisi ini mencerminkan kesadaran pengelola untuk menyediakan barang yang sesuai prinsip Islam. Keberadaan produk halal menjadi nilai tambah bagi minimarket di wilayah mayoritas penduduk muslim. Kepercayaan konsumen pun meningkat ketika mereka mendapatkan kepastian terkait kehalalan barang (Rifa'i, 2019).

Produk impor yang dijual di minimarket sebagian belum memiliki label halal resmi. Informasi pada kemasan memang menunjukkan komposisi bahan yang tidak mengandung unsur haram, tetapi tidak adanya sertifikat halal menimbulkan keraguan bagi sebagian konsumen. Fiqh Muamalah menekankan prinsip kehati-hatian dalam memilih barang yang diperjualbelikan. Penjual berkewajiban memastikan barang yang dijual jelas status halalhnya. Produk tanpa sertifikat halal sebaiknya disertai bukti tambahan seperti surat pernyataan dari produsen. Langkah ini dapat meminimalkan potensi pelanggaran prinsip syariah

Kehalalan produk merupakan syarat sahnya transaksi dalam hukum Islam (Fabian et.al, 2023). Transaksi yang melibatkan barang haram atau syubhat berpotensi merugikan pembeli secara spiritual dan materiil. Mahkota Mart Talang Babat telah menunjukkan komitmen dengan menyediakan produk yang sebagian besar halal. Prinsip ini selaras dengan tuntunan syariah yang menghendaki keberkahan dalam perdagangan. Penerapan prinsip halal juga berpengaruh terhadap citra dan keberlanjutan usaha. Minimarket yang konsisten menjual produk halal cenderung lebih dipercaya masyarakat.

Proses seleksi pemasok menjadi kunci dalam memastikan kehalalan produk. Pengelola Mahkota Mart Talang Babat memilih bekerja sama dengan produsen atau distributor yang memiliki reputasi baik. Hubungan bisnis dibangun dengan memperhatikan sertifikasi halal dari setiap pemasok. Kerja sama ini mempermudah pengawasan dan meminimalkan risiko masuknya produk tidak halal. Fiqh Muamalah memandang penting peran pelaku usaha dalam menjaga kualitas dan kehalalan barang dagangan. Prinsip ini menjadi bagian dari tanggung jawab moral dan hukum dalam perdagangan.

Sistem verifikasi internal untuk memastikan kehalalan produk belum sepenuhnya terstruktur. Pengelola masih mengandalkan kepercayaan terhadap pemasok dan pemeriksaan label pada kemasan. Metode ini rentan terhadap kelalaian, terutama ketika menghadapi produk baru atau promosi dari produsen asing. Penerapan prosedur baku pengecekan dapat meningkatkan ketelitian dalam proses ini. Prosedur yang jelas juga memudahkan pelatihan karyawan terkait prinsip halal. Konsistensi dalam penerapan prosedur akan menjaga integritas minimarket sebagai ritel berprinsip syariah (Muhyidin, 2025).

Label halal pada produk memberikan kepastian hukum bagi konsumen. Keberadaan label tersebut memudahkan pembeli dalam mengambil keputusan tanpa harus memeriksa satu per satu bahan yang digunakan. Mahkota Mart Talang Babat telah memanfaatkan kejelasan label sebagai acuan utama pemilihan produk. Hal ini sesuai dengan prinsip transparansi dalam Fiqh Muamalah. Konsumen berhak memperoleh informasi yang jelas dan benar tentang barang yang mereka beli. Kewajiban ini melekat pada penjual sebagai bentuk amanah dalam bisnis.

Produk *thayyib* tidak hanya halal secara hukum, tetapi juga baik dari sisi kualitas dan keamanan. Minimarket ini menyediakan produk dengan masa kedaluwarsa yang masih panjang dan kemasan yang terjaga. Standar penyimpanan juga diatur agar kualitas barang tetap terjaga hingga dibeli konsumen. Penerapan prinsip *thayyib* meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap minimarket (Bariroh, 2016). Konsumen akan merasa nyaman berbelanja di tempat yang menjaga kualitas dan keamanan produk. Kepercayaan ini dapat memperkuat loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Pengawasan kehalalan produk memerlukan keterlibatan aktif karyawan. Staf minimarket yang paham prinsip halal dapat membantu proses seleksi dan pengawasan barang. Pelatihan berkala dapat meningkatkan kompetensi mereka dalam mengenali produk yang sesuai syariah. Pengetahuan ini akan meminimalkan kesalahan dalam penerimaan atau penataan barang di rak penjualan. Fiqh Muamalah mendorong keterlibatan semua pihak

dalam menjaga transaksi tetap sesuai hukum Islam. Kolaborasi internal ini menjadi modal penting untuk menjaga reputasi usaha.

Peraturan pemerintah terkait sertifikasi halal juga berpengaruh terhadap operasional minimarket. Undang-undang Jaminan Produk Halal mengharuskan semua produk yang beredar memiliki sertifikat halal resmi. Mahkota Mart Talang Babat perlu menyesuaikan kebijakan internal dengan regulasi tersebut. Penyesuaian ini akan mempermudah dalam proses audit halal dan menghindarkan sanksi hukum. Kepatuhan pada regulasi menunjukkan keseriusan pengelola dalam menjalankan usaha sesuai syariah. Ketaatan pada hukum negara yang selaras dengan syariah juga menjadi bagian dari etika bisnis Islam (Sutisno et.al, 2025).

Penerapan prinsip halal memiliki dampak positif terhadap daya saing bisnis. Minimarket yang konsisten menjaga kehalalan produk dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Konsumen muslim cenderung memilih tempat belanja yang memberikan jaminan halal. Kepercayaan ini dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif tanpa harus menggunakan promosi berlebihan. Mahkota Mart Talang Babat dapat memanfaatkan citra positif ini untuk mengembangkan usaha. Keberhasilan menjaga prinsip halal akan menjadi keunggulan kompetitif yang sulit ditiru pesaing.

Ketidajelasan status halal pada sebagian produk impor perlu segera diatasi. Pengelola dapat melakukan kerja sama dengan lembaga sertifikasi halal internasional untuk memastikan kepastian hukum. Langkah ini akan menunjukkan komitmen terhadap prinsip syariah sekaligus memenuhi ekspektasi konsumen. Kejelasan status halal juga mengurangi potensi keluhan atau ketidakpuasan pembeli. Konsistensi dalam verifikasi produk akan membangun kepercayaan jangka panjang. Kepercayaan ini merupakan aset penting dalam mempertahankan kelangsungan bisnis ritel (Nurwahidah, 2024).

Upaya menjaga kehalalan produk di Mahkota Mart Talang Babat sejalan dengan visi pengembangan ekonomi syariah. Prinsip halal dan *thayyib* tidak hanya berfungsi sebagai aturan agama, tetapi juga menjadi standar mutu yang diakui secara global. Minimarket yang menerapkan prinsip ini berkontribusi pada terciptanya perdagangan yang adil, aman, dan berkah. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha lain yang ingin menerapkan konsep serupa. Keberhasilan penerapan prinsip halal akan memperkuat citra Mahkota Mart sebagai ritel yang mengedepankan nilai-nilai Islam.

### **Mekanisme Transaksi dan Kepastian Akad**

Observasi di lapangan memperlihatkan bahwa transaksi di Mahkota Mart menggunakan sistem kasir modern dengan barcode scanner dan pembayaran tunai maupun non-tunai. Dari sisi Fiqh Muamalah, mekanisme ini telah memenuhi unsur *ijab qabul* secara implisit karena ada kesepakatan harga yang jelas dan barang langsung diserahkan kepada pembeli. Namun, dalam beberapa promosi seperti *buy one get one*, informasi mengenai syarat dan ketentuan tidak selalu dijelaskan secara lisan kepada pembeli, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakjelasan akad (*gharar*) (Efendi, 2023). Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan transparansi dalam promosi agar konsumen memahami hak dan kewajibannya. Bagi pembelajaran ekonomi syariah, kasus ini dapat menjadi contoh nyata bagaimana

teknologi dan strategi pemasaran modern perlu tetap tunduk pada prinsip kejelasan akad dalam Islam.

Sistem transaksi di Mahkota Mart Talang Babat menggunakan teknologi kasir modern dengan barcode scanner yang memudahkan proses identifikasi harga dan pencatatan penjualan. Setiap produk memiliki kode unik yang dipindai sehingga harga dapat muncul secara otomatis di layar kasir. Proses ini mengurangi risiko kesalahan perhitungan harga dan mempercepat pelayanan kepada konsumen. Pencatatan digital juga memudahkan pengelola dalam melakukan evaluasi stok dan penjualan. Efisiensi ini menjadi nilai tambah bagi minimarket dalam melayani pelanggan. Teknologi kasir modern merupakan bagian dari perkembangan perdagangan yang tetap dapat selaras dengan prinsip syariah (Ihwanudin & Beladicana, 2020).

Metode pembayaran yang tersedia di Mahkota Mart mencakup pembayaran tunai dan non-tunai. Pilihan ini memberikan fleksibilitas kepada pelanggan untuk memilih cara yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pembayaran non-tunai dilakukan melalui kartu debit, kartu kredit, atau dompet digital yang terhubung dengan sistem kasir. Penggunaan metode ini memberikan kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi. Fiqh Muamalah membolehkan penggunaan teknologi pembayaran selama tidak mengandung unsur riba atau transaksi yang merugikan pihak lain. Kemudahan ini mencerminkan adaptasi prinsip Islam dalam menghadapi inovasi ekonomi (Nita & Kusuma, 2025).

Kejelasan harga menjadi salah satu aspek penting dalam transaksi di Mahkota Mart. Setiap produk memiliki label harga yang terpasang di rak atau kemasan sehingga konsumen mengetahui biaya sebelum melakukan pembelian. Kejelasan ini memenuhi salah satu syarat sahnya akad dalam Fiqh Muamalah, yaitu adanya kesepakatan harga yang transparan. Penetapan harga dilakukan secara terbuka tanpa ada perbedaan antara konsumen satu dan lainnya. Transparansi ini mencegah potensi sengketa antara penjual dan pembeli. Prinsip keadilan pun terjaga dalam interaksi jual beli (Sutisno et.al, 2025).

Proses ijab qabul dalam transaksi minimarket terjadi secara implisit. Konsumen menunjukkan barang yang akan dibeli dan kasir memprosesnya, kemudian pembeli membayar sesuai harga yang ditampilkan. Barang diserahkan kepada konsumen setelah pembayaran selesai, menandakan akad telah sah. Meskipun tidak ada pernyataan lisan formal, tindakan ini telah memenuhi prinsip ijab qabul dalam jual beli. Fiqh Muamalah mengakui bentuk akad semacam ini selama memenuhi syarat-syarat yang ditentukan. Sistem ini lazim digunakan di ritel modern tanpa menghilangkan unsur kesepakatan antara pihak yang bertransaksi.

Promosi penjualan seperti *buy one get one* sering digunakan di Mahkota Mart untuk menarik minat pembeli. Penawaran ini memberikan keuntungan tambahan bagi konsumen yang membeli produk tertentu. Namun, syarat dan ketentuan promosi tidak selalu dijelaskan secara rinci oleh kasir atau melalui media promosi yang jelas. Ketidaktepatan ini dapat memunculkan unsur *gharar* yang dilarang dalam Fiqh Muamalah. Kejelasan informasi sangat penting agar pembeli memahami hak dan kewajibannya. Transparansi dalam promosi juga mencegah potensi kekecewaan pelanggan.

Ketiadaan penjelasan rinci terkait promosi dapat diatasi dengan pemasangan informasi yang jelas di area penjualan. Pengelola dapat menggunakan papan pengumuman atau label khusus pada rak produk yang sedang dipromosikan. Informasi ini harus memuat detail mengenai syarat, durasi, dan cara mendapatkan keuntungan dari promosi tersebut. Upaya ini akan menghilangkan unsur ketidakpastian dalam akad. Konsumen akan merasa lebih dihargai ketika mendapatkan informasi yang lengkap. Penerapan langkah ini sejalan dengan prinsip keterbukaan dalam perdagangan Islami (Putri et.al, 2025).

Teknologi kasir dan sistem pembayaran digital memerlukan pengawasan dari sisi keamanan data dan kejujuran transaksi. Data pembelian yang terekam harus dijaga kerahasiaannya dan tidak digunakan untuk kepentingan yang merugikan konsumen. Fiqh Muamalah mengajarkan amanah sebagai bagian penting dalam setiap bentuk muamalah. Keamanan sistem transaksi juga menjadi bentuk perlindungan terhadap hak-hak pembeli. Kejujuran dalam mengelola data konsumen akan memperkuat kepercayaan publik. Kepercayaan ini menjadi modal utama bagi keberlangsungan bisnis.

Transaksi non-tunai memerlukan kejelasan dalam proses penghitungan harga akhir. Potongan harga atau diskon yang diberikan harus ditampilkan secara terbuka pada struk pembelian. Konsumen harus mengetahui jumlah pembayaran yang akan dikenakan sebelum transaksi disetujui. Transparansi ini mencegah terjadinya perselisihan akibat perbedaan persepsi harga. Fiqh Muamalah memandang penting keterbukaan ini sebagai bentuk keadilan. Kejelasan proses ini juga memperkuat citra Mahkota Mart sebagai minimarket yang memegang teguh prinsip syariah.

Penerapan prinsip kejelasan akad memiliki dampak positif pada hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Konsumen akan kembali berbelanja jika merasa mendapatkan pelayanan yang adil dan transparan. Kepastian harga, prosedur pembayaran yang jelas, serta promosi yang informatif menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas. Fiqh Muamalah mengajarkan bahwa keberkahan perdagangan terwujud ketika tidak ada pihak yang dirugikan. Loyalitas pelanggan dapat menjadi sumber keuntungan yang berkelanjutan bagi minimarket. Strategi ini juga menjadi bentuk dakwah melalui praktik bisnis yang Islami.

Observasi menunjukkan bahwa sebagian besar transaksi di Mahkota Mart telah sesuai dengan prinsip kejelasan akad. Penggunaan teknologi modern tidak menghilangkan unsur-unsur penting dalam Fiqh Muamalah. Tantangan yang masih perlu diatasi adalah memastikan promosi dan penawaran khusus bebas dari unsur *gharar*. Pengelola dapat mengadopsi prosedur baku untuk memeriksa kesesuaian setiap bentuk penawaran dengan prinsip syariah. Langkah ini akan memperkuat integritas minimarket. Kepatuhan pada prinsip ini menjadi keunggulan kompetitif di pasar yang semakin sadar akan nilai-nilai Islam.

Pemahaman tentang kejelasan akad penting bagi karyawan yang terlibat langsung dalam transaksi. Pelatihan rutin dapat diberikan agar mereka mampu memberikan penjelasan yang tepat kepada pelanggan. Karyawan yang memahami prinsip ini akan menjadi garda terdepan dalam menjaga kesesuaian transaksi dengan hukum Islam. Pengetahuan ini juga akan meminimalkan kesalahan dalam proses jual beli. Fiqh Muamalah tidak hanya mengatur hubungan hukum, tetapi juga membentuk etika kerja yang

berlandaskan kejujuran dan amanah. Karyawan yang kompeten akan meningkatkan kualitas pelayanan minimarket (Andriani, 2019).

Kasus transaksi di Mahkota Mart Talang Babat dapat dijadikan bahan pembelajaran bagi mahasiswa ekonomi syariah. Mahasiswa dapat mempelajari bagaimana prinsip Fiqh Muamalah diterapkan dalam bisnis ritel modern. Studi kasus ini memberikan gambaran nyata tentang pentingnya kejelasan akad di tengah perkembangan teknologi transaksi. Analisis terhadap praktik ini akan mengasah kemampuan mahasiswa dalam menilai kesesuaian antara teori dan praktik. Pembelajaran yang kontekstual akan lebih mudah dipahami dan diingat. Pengetahuan ini diharapkan dapat membentuk calon praktisi ekonomi syariah yang berintegritas.

### **Relevansi dengan Pembelajaran Ekonomi Syariah**

Temuan di Mahkota Mart Talang Babat memberikan nilai tambah bagi pembelajaran ekonomi syariah yang menekankan keterkaitan antara teori dan praktik. Pengamatan langsung terhadap penerapan Fiqh Muamalah di lingkungan bisnis ritel memberi gambaran nyata tentang prinsip-prinsip syariah yang diterapkan. Mahasiswa dapat melihat bagaimana seleksi produk, pengaturan transaksi, dan strategi pemasaran dilakukan sesuai atau tidak sesuai dengan ketentuan Islam (Bariroh, 2016). Pengalaman ini memperkuat pemahaman konseptual yang diperoleh di kelas. Studi kasus lapangan menjadi jembatan untuk memahami relevansi teori dalam situasi nyata. Pembelajaran semacam ini mendorong mahasiswa berpikir kritis dan analitis.

Pengamatan terhadap seleksi produk di Mahkota Mart memberikan contoh konkret mengenai penerapan prinsip halal dan thayyib. Mahasiswa dapat menilai bagaimana proses verifikasi produk dilakukan, termasuk mengidentifikasi tantangan pada barang impor yang belum memiliki sertifikat halal. Analisis ini membantu mereka memahami bahwa prinsip syariah tidak hanya menuntut kehalalan bahan, tetapi juga memperhatikan aspek kualitas dan keamanan. Pendekatan praktis ini melatih mahasiswa untuk mengembangkan solusi terhadap permasalahan di lapangan. Fiqh Muamalah menjadi lebih mudah dipahami ketika dikaitkan langsung dengan fenomena bisnis yang ada. Pengetahuan ini akan bermanfaat ketika mahasiswa memasuki dunia kerja.

Proses transaksi di Mahkota Mart memberikan bahan pembelajaran tentang kejelasan akad dalam jual beli modern. Mahasiswa dapat mengamati penerapan ijab qabul secara implisit melalui sistem kasir dan metode pembayaran digital. Situasi ini menjadi bahan diskusi mengenai kesesuaian prosedur dengan prinsip syariah. Tantangan seperti promosi yang kurang transparan dapat dijadikan topik analisis untuk mencari solusi sesuai hukum Islam. Pemahaman ini mengajarkan pentingnya menjaga kejelasan dan keadilan dalam setiap bentuk transaksi. Praktik ini dapat menjadi model pembelajaran berbasis masalah yang efektif.

Etika pemasaran yang diterapkan di Mahkota Mart juga relevan untuk dibahas dalam pembelajaran ekonomi syariah. Mahasiswa dapat menilai apakah strategi promosi sudah sesuai dengan prinsip kejujuran dan keterbukaan yang diajarkan Islam. Kajian ini mendorong diskusi tentang batasan kreativitas dalam pemasaran agar tetap berada dalam

koridor syariah. Perbandingan antara praktik lapangan dan teori dapat membuka wawasan baru bagi mahasiswa. Analisis ini membentuk sikap kritis terhadap setiap metode pemasaran yang digunakan. Etika bisnis Islam menjadi pedoman penting dalam kegiatan ekonomi.

Studi kasus Mahkota Mart membantu dosen menciptakan pembelajaran yang lebih interaktif. Mahasiswa tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam mengamati, menganalisis, dan memberikan rekomendasi. Aktivitas ini dapat dilakukan melalui kunjungan lapangan, diskusi kelompok, atau simulasi pengelolaan ritel syariah. Pendekatan ini meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam proses belajar. Hasilnya, mereka akan lebih memahami hubungan antara nilai-nilai syariah dan praktik bisnis modern. Proses ini juga membentuk keterampilan komunikasi dan kolaborasi (Zakir et.al, 2025).

Penerapan pembelajaran berbasis studi kasus menumbuhkan kemampuan berpikir kritis pada mahasiswa. Mereka dilatih untuk mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data, dan merumuskan solusi sesuai prinsip Islam. Pendekatan ini mempersiapkan mereka menghadapi tantangan nyata di dunia kerja. Mahasiswa akan terbiasa mempertimbangkan aspek hukum syariah dalam setiap keputusan bisnis. Kebiasaan ini membentuk karakter profesional yang berintegritas. Pendidikan ekonomi syariah dengan metode ini menghasilkan lulusan yang siap terjun di berbagai sektor.

Pengalaman belajar di lapangan juga mengasah kemampuan observasi dan analisis mahasiswa. Mereka belajar membedakan praktik yang sesuai syariah dengan yang belum memenuhi ketentuan. Hasil pengamatan dapat digunakan sebagai bahan penelitian atau tugas akhir. Mahasiswa juga dapat mengembangkan ide-ide inovatif untuk meningkatkan penerapan prinsip syariah di bisnis ritel. Pendekatan ini membuat pembelajaran menjadi dinamis dan relevan. Mahkota Mart menjadi laboratorium mini untuk menguji penerapan teori Fiqh Muamalah.

Keterlibatan langsung mahasiswa dalam studi kasus membangun rasa tanggung jawab terhadap pengembangan ekonomi syariah. Mereka tidak hanya belajar untuk diri sendiri, tetapi juga berpikir tentang kontribusi yang dapat diberikan bagi masyarakat. Kesadaran ini mendorong lahirnya generasi yang peduli terhadap keberlanjutan ekonomi berbasis nilai-nilai Islam. Sikap peduli ini penting dalam membentuk ekosistem bisnis yang etis. Mahasiswa menjadi agen perubahan yang mampu mempengaruhi praktik bisnis di masa depan. Kepekaan sosial dan moral pun semakin berkembang.

Hasil kajian Mahkota Mart juga dapat dijadikan referensi dalam pengembangan kurikulum ekonomi syariah. Materi pembelajaran dapat diperkaya dengan data dan temuan lapangan yang aktual. Dosen dapat menyusun modul berbasis kasus nyata sehingga mahasiswa lebih mudah memahami konteks penerapan teori. Kurikulum yang relevan dengan perkembangan industri akan meningkatkan kualitas lulusan. Penyesuaian ini memastikan pendidikan tetap adaptif terhadap perubahan zaman. Keterpaduan antara teori dan praktik menjadi ciri pendidikan yang berkualitas.

Pembelajaran berbasis studi kasus ini juga memotivasi mahasiswa untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Mereka dapat mengkaji berbagai aspek bisnis ritel syariah, mulai dari manajemen pemasok hingga pelayanan pelanggan. Aktivitas penelitian akan memperkaya literatur tentang penerapan ekonomi Islam di sektor ritel (Rosyidah & Rofiah, 2024). Kontribusi ini akan bermanfaat bagi akademisi, pelaku usaha, dan pembuat kebijakan. Mahasiswa akan terbiasa berpikir ilmiah dan menyampaikan temuan secara sistematis. Pengalaman ini menjadi bekal penting untuk karier akademik maupun profesional.

Penerapan nilai-nilai Fiqh Muamalah di Mahkota Mart membuktikan bahwa prinsip syariah dapat diintegrasikan dengan model bisnis modern. Mahasiswa dapat belajar bahwa inovasi teknologi dan strategi pemasaran tidak bertentangan dengan Islam selama mengikuti aturan yang telah ditetapkan. Kesadaran ini membuka peluang pengembangan model bisnis baru yang lebih kompetitif sekaligus berkah. Pembelajaran ini mempersiapkan mahasiswa menjadi pelaku usaha yang kreatif dan bertanggung jawab. Integrasi ini menjadi contoh keberhasilan harmonisasi antara agama dan ekonomi. Nilai-nilai ini dapat diadaptasi ke berbagai bidang usaha lain.

Keseluruhan temuan di Mahkota Mart Talang Babat menjadi bukti bahwa pembelajaran ekonomi syariah akan lebih efektif jika disertai pengamatan langsung di lapangan. Mahasiswa tidak hanya memahami konsep, tetapi juga terampil mengaplikasikannya dalam situasi nyata. Pengalaman ini memperkaya wawasan sekaligus membentuk karakter profesional yang beretika. Penerapan metode pembelajaran ini sejalan dengan tujuan pendidikan Islam untuk mencetak insan yang berilmu, beramal, dan bermanfaat bagi masyarakat. Relevansi ini menjadikan Mahkota Mart sebagai sumber inspirasi sekaligus objek pembelajaran yang strategis. Hasil pembelajaran diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan ekonomi syariah di masa depan.

## **KESIMPULAN**

Kajian Fiqh Muamalah di Mahkota Mart Talang Babat menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah dalam bisnis ritel dapat dilakukan melalui seleksi produk yang halal, mekanisme transaksi yang memenuhi unsur ijab qabul, serta upaya menjaga transparansi dalam promosi. Meskipun sebagian besar produk telah memiliki label halal resmi, masih ditemukan tantangan pada verifikasi produk impor dan kelengkapan informasi promosi. Temuan ini relevan bagi pembelajaran ekonomi syariah karena memberikan contoh nyata penerapan teori di lapangan sekaligus mengungkap hambatan yang perlu diatasi. Studi ini menegaskan pentingnya kolaborasi antara pelaku usaha dan pendidik untuk membangun sistem bisnis yang sesuai syariah secara utuh, sehingga lulusan pendidikan ekonomi syariah memiliki bekal pengetahuan dan keterampilan yang aplikatif dalam dunia kerja.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Adim, A., Sukarni, S., Hanafiah, M., & Muhajir, A. (2024). Implementasi Hukum Islam Pada Perilaku Ekonomi Komunitas Pedagang Banjar. *Interdisciplinary Explorations in Research Journal*, 2(2), 1063-1082.

- Andriani, R. (2019). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Pada Bisnis Ritel Syariah Di Minimarket Sakinah 212 Mart Wonorejo Tandes Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya.
- Baharun, H., & Niswa, H. (2019). Syariah Branding; Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba Di Era Revolusi Industri 4.0. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 13(1), 75-98.
- Bariroh, M. (2016). Transaksi Jual beli dropshipping dalam perspektif fiqh muamalah. *Jurnal Ahkam*, 4(2), 199-216.
- Bhinekawati, R., Tussa'diyah, S. N., & Saprudin, S. (2023). Analisis Sumber dan Alokasi Pembiayaan UMKM dalam Pandangan Fiqih Muamalah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1470-1481.
- Efendi, N. M. (2023). Analisis Kesesuaian Sistem Indomaret Poinku Dengan Fiqih Muamalah Islam. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 2(6), 1235-1244.
- Fabian, N., Adawiyah, R., Ilmi, F., & Hidayatullah, M. S. (2023). PERAN PEMERINTAH MELINDUNGI USAHA RITEL TRADISIONAL DALAM PANDANGAN HUKUM EKONOMI SYARIAH. *Mitsaqan Ghalizan*, 3(2), 32-43.
- Ihwanudin, N., & Beladiena, A. N. (2020). Filosofi Bisnis Ritel Modern Dalam Perekonomian Islam Di Indonesia. *MISYKAT: Jurnal Ilmu-ilmu Al-Quran Hadits Syari'ah dan Tarbiyah*, 5(2), 35-52.
- Muhyidin, A. M., & SM, M. (2025). Rahasia Sukses Bisnis Ritel Syariah Modern: Menguasai Omnichannel di Era Digital. *Takaza Innovatix Labs*.
- Muhyidin, A. M., & SM, M. (2025). Rahasia Sukses Bisnis Ritel Syariah Modern: Menguasai Omnichannel di Era Digital. *Takaza Innovatix Labs*.
- Nita, T. W., & Kusuma, F. (2025). Tinjauan Syariah Terhadap Praktik Jual Beli Online Dengan Dropshipping: Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah STAI Imam Asy Syafii Pekanbaru Riau. *Multidisciplinary Journal of Religion and Social Sciences*, 2(3), 1-8.
- Nurwahidah, D. (2024). ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF TAFSIR DAN HADIST; TINJAUAN PADA PERSAINGAN RITEL MODERN DAN RITEL TRADISIONAL. *Indonesian Journal of Community Dedication*, 2(3), 477-490.
- Putri, F., Zahro, F., Ramadhani, H. A., Angelia, J. A., Lubis, P. F., Ramadhani, W. S., ... & Zali, M. (2025). TINJAUAN FIQIH MUAMALAH TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI ONLINE DI ERA DIGITAL. *Jurnal Penelitian Agama Islam*, 9(5).
- Rifa'i, M. (2020). Strategi Peningkatan Profit Usaha Ritel pada Pondok Pesantren. *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(2), 41-56.
- Rosyidah, E., & Rofiah, K. (2024). Etika bisnis Islam: Pendekatan siklus ekonomi dan praktik bisnis syariah dalam ekspansi waralaba industri retail. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(5), 1438-1454.

- Sugi, T., Suryaman, M., & Somantri, T. U. (2022). STATUS HARTA MODAL PENDIRIAN BISNIS RITEL SYARIAH DALAM PERSPEKTIF AL QURAN. *Ar-Rihlah: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 2(1), 86-98.
- Sutisno, H. A., Assyauqi, M. R., Salsabila, N. R., & Rizki, N. A. R. (2025). FIQIH MUAMALAH SEBAGAI DASAR ETIKA BISNIS ISLAM DALAM KEGIATAN EKONOMI MODERN. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 192-204.
- Syakra, N. A., Yasintha, F., Tuzahara, R., Azmi, N., & Wismanto, W. (2024). Konsep Jual Beli dalam Perspektif Fiqih Muamalah dan Implikasinya Terhadap Ekonomi Syariah. *Hikmah: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 1(4), 112-121.
- Syawqi, A. H., Umam, M. K., Ridho, A. A., Ilyas, R. A., & Fajriyah, N. (2025). Ekologi Fikih Muamalah: Inovasi Sains dan Teknologi Pesantren di Jawa Timur. *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law*, 7(1), 1-17.
- TAHIR, T., Hasan, M., Dinar, M., & Supatminingsih, T. (2020). Minat Dan Perilaku Wirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Pemasaran Yang Mengikuti Praktik Bisnis Pada Mata Pelajaran Pengelolaan Bisnis Ritel Di SMKN 1 Gowa. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(04), 26-34.
- Zakir, M., Mairiza, D., Assyifa, Z., Winario, M., Amalia, N., & Putri, B. (2025). Implementasi Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Bisnis Ritel Pada Dhuafa Mart Air Tiris. *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability*, 2(1), 1-12.