
Analisis Hukum Islam terhadap Iklan pada Aplikasi Go-Food dalam Perspektif Ulama Kontemporer; Studi Kasus Mahasiswa UIN Alauddin Makassar

Riska^{1*}, Nur Aisyah²

¹²³Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

E-mail: ¹riskainggi94@gmail.com

*Corresponding Author

[Submitted: 05 Oktober 2022] [Reviewed: 14 April 2023] [Revised: 05 Mei 2023] [Accepted: 04 February 2022] [Published: 31 May 2023]

Abstrak

Artikel ini membahas tentang analisis hukum Islam terhadap iklan pada aplikasi go-food dalam perspektif ulama kontemporer (studi kasus mahasiswa Perbandingan Mazhab dan Hukum)". Pokok permasalahan yang diteliti yaitu: Bagaimana indikator terhadap kebohongan gambar iklan pada aplikasi Go-Food? Serta Bagaimana solusi dalam mengatasi kebohongan iklan pada aplikasi Go-Food menurut hukum Islam dan pandangan Ulama kontemporer? Untuk menjawab permasalahan tersebut peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (field research). Dengan pendekatan yuridis normatif dan teologi normatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi, serta dokumenter. Dengan pengolahan datanya yaitu mengamati dan menganalisis data-data. Hasil penelitian menjelaskan bagaimana iklan yang terdapat di berbagai aplikasi, khususnya Go-Food, sering terjadi ketidaksesuaian antara gambar iklan dalam aplikasi. Makanan yang diiklankan terlihat sangat menarik, jadi banyak konsumen tertarik untuk membelinya, ketika pesan di aplikasi dengan melihat iklannya, namun iklannya tidak sesuai dengan jenis pesanan. Implikasi pada penelitian ini yakni, setiap manusia harus tanamkan aspek jujur dan etis dalam berbisnis sangat menentukan keberadaan bisnis yang sehat. Namun bagi sebagian pihak, keberadaan etika bisnis hanya menjadi penghambat untuk memperoleh keuntungan, dan mereka akan melakukan apa saja untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, Islam sangat menentang ketidakjujuran, penipuan dan segala bentuk menyakiti orang lain.

Kata Kunci: Iklan, Aplikasi *Go-Food*, Ulama Kontemporer

Abstract

This article discusses the analysis of Islamic law on advertisements on the go-food application in the perspective of contemporary scholars (case study of students of Comparative Schools and Law)". The main problem studied is: What are the indicators of the lie of advertising images on the Go-Food application? And how is the solution in overcoming the lie of advertising on the Go-Food application according to Islamic law and the views of contemporary Ulama? To answer these problems, researchers use the type of field research (field research). With a normative juridical approach and normative theology. Data collection in this study is interviews, observations, and documentaries. With data processing, namely observing and analyzing data. The results of the study explain how advertisements contained in various applications, especially Go-Food, often occur mismatches between ad images in applications. The advertised food looks very attractive, so many consumers are interested in buying it, when ordering in the application by seeing the ad, but the ad does not match the type of order. The implication of this study is that every human being must instill honest

and ethical aspects in doing business to determine the existence of a healthy business. But for some parties, the existence of business ethics is only an obstacle to obtaining profits, and they will do anything to get maximum profit. Therefore, Islam strongly opposes dishonesty, deception and all forms of hurting others.

Keywords: Advertising, Go-Food App, Contemporary Scholars.

1. Pendahuluan

Kehidupan ini Allah swt. telah menjadikan manusia masing-masing saling membutuhkan satu sama lainnya. Supaya mereka tolong-menolong tukar menukar keperluan dalam segala urusan kepentingan hidup masing-masing, baik dengan jalan jual beli, sewa menyewa, bercocok tanam, atau perusahaan yang lain-lain, baik dalam urusan kepentingan sendiri maupun kemaslahatan umum. Akan tetapi sifat loba dan tamak tetap ada pada diri manusia, suka mementingkan diri sendiri supaya hak masing-masing jangan sampai tersia-sia dan juga menjaga kemaslahatan umum agar pertukaran dapat berjalan dengan lancar dan teratur.¹

Dalam Islam, aspek jual beli harus dilakukan secara tuntas untuk menghindari konflik dan penyimpangan dalam kehidupan sosial masyarakat dengan persyaratan hukum Islam, sehingga aspek ekonomi Islam sangat penting untuk kelangsungan kehidupan sehari-hari karena ekonomi Islam tidak hanya mementingkan masyarakat dan kepentingan dunia, dan mempertimbangkan kepentingan akhirat.² Dalam transaksi perdagangan, baik pembeli maupun penjual harus memperhatikan dan menjunjung tinggi nilai-nilai atau kaidah syariat Islam yang berkaitan dengan etika. Etika adalah perantara perilaku seseorang atau sekelompok orang, dan terdiri dari sistem nilai atau norma yang diambil dari fenomena alam masyarakat kelompok tersebut. Moralitas adalah cara yang sopan untuk menjaga hubungan baik antara orang-orang dalam masyarakat.

Islam melarang manusia berdusta, termasuk dalam berbisnis. Peringatan ini sangat nyata jika kita melihat berbagai kebohongan yang muncul dalam praktik bisnis dalam kehidupan sehari-hari.³ Jual beli dalam Islam tidak terlepas dari kehidupan bermuamalah, karena jual beli merupakan bentuk dari kegiatan ekonomi manusia dan merupakan aktifitas yang dianjurkan

¹ Reski Andayani and Rahma Amir, "Analisis Perbandingan Hukum Islam Dan Hukum Positif Terhadap Pelaksanaan Jual Beli Ijon: Studi Kasus Di Kabupaten Bantaeng," *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab Dan Hukum* 2, no. 1 (2021): 168–78, <https://doi.org/10.24252/shautuna.v2i1.17741>.

² Teuku Meldi Kesuma, "Prinsip Dan Kriteria Periklanan Dari Perspektif Islam," *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 1, no. 1 (2012), <https://doi.org/10.22373/share.v1i1.718>.

³ Abdi Wijaya et al., "The Implementation of E-Commerce Consumer Option Rights (Khiyar) in Realizing Transaction Justice: A Study of Maqasid Al-Shariah," *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam* 17, no. 1 (2023): 69–82, <https://doi.org/https://doi.org/10.24090/mnh.v17i1.7673>.

dalam ajaran Islam.⁴ Penipuan dalam berdagang atau berbisnis tidak hanya terjadi antara pembeli dan penjual, tetapi seringkali antara pembeli dan penjual karena beberapa pedagang kehilangan arah dalam hal volume komoditas dan keuntungan. Mereka hampir tidak pernah mengingat keberadaan Allah, kebesaran-Nya, kekuasaan-Nya, atau akhirat. Dalam Islam, tujuan seseorang berdagang bukan hanya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi untuk memperoleh berkah. Keberkahan bisnis adalah untuk menstabilkan bisnis dengan membuat keuntungan yang wajar dan keridhaan Allah.

Teknologi informasi dan telekomunikasi memungkinkan adanya ruang perdagangan transnasional yang bebas.⁵ Hal ini memungkinkan masyarakat untuk bebas memilih produk yang ingin dibeli, serta mendukung perkembangan globalisasi dan perdagangan besar. Meskipun ini adalah aspek positif dari kenyataan, ini juga merupakan tantangan. Hal ini dikarenakan masyarakat mampu memilih manfaat baik yang negatif maupun yang positif. Hal ini karena kenyataan ini memungkinkan adanya keuntungan baik bagi konsumen maupun penjual, termasuk kemudahan akses terhadap barang yang dipasarkan. Orang memberi kekuatan kepada konsumen untuk memilih apa pun yang mereka butuhkan. Hal ini menyebabkan konsumen memiliki kekuatan yang lebih kecil dibandingkan pelaku usaha. Karena itu, kata “negatif” sering digunakan untuk menggambarkan posisi konsumen.

Promosi barang dagangan yang tidak bertanggung jawab seringkali merugikan konsumen karena tidak sesuai dengan media sebelumnya, tulisan pada label atau pernyataan lisan. Akibat lain dari hal ini adalah konsumen terancam karena tidak efektifnya barang yang dipromosikan. Contohnya adalah makanan yang mengandung formaldehida, susu melamin dan kosmetik yang mengandung merkuri. Selain itu, daging salak merupakan bahan pangan yang dipromosikan yang dapat membahayakan nyawa konsumen.

Konsumen dapat dengan mudah dirugikan karena filosofi ekonomi Konfusianisme dalam berbisnis. Doktrin ini menyatakan bahwa pengusaha harus menggunakan modal minimal untuk menghasilkan keuntungan tertinggi. Ini karena pemikiran ekonomi Konfusianisme, yang percaya bahwa dompet orang lebih penting daripada kesehatannya. Pada dasarnya, filosofi ini merugikan

⁴ Khusnul Khatimah and Erlina Erlina, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Secara Daring (Online) Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Iklan,” *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 3 (2021): 147–56, <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v2i2.16426>.

⁵ Kurniati Kurniati et al., “Preference Of Using Sharia Fintech In Pandemic Covid 19,” *Webology* 19, no. 2 (2022): 5457–67, <https://www.webology.org/abstract.php?id=1999>.

konsumen karena mengarahkan bisnis untuk fokus pada bottom line dengan mengorbankan kebutuhan pelanggan mereka.⁶

Aplikasi *Gojek* adalah aplikasi yang memberikan jasa dalam Islam disebut juga dengan *Ijarah*, karena objek akadnya adalah jasa atau pekerjaan. Namun, ketika komunitas menjadi semakin banyak pengguna aplikasi *Gojek*, begitu pula masalahnya. Salah satu layanan yang bermasalah di aplikasi *Gojek* adalah layanan *GoFood*. *GoFood* adalah layanan pesan antar makanan. Kejahatan atau permasalahan khususnya pada layanan *Go Food* seringkali menimbulkan ketidaksesuaian antara gambar yang diiklankan dengan produk yang diinginkan sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dalam kehidupan sehari-hari manusia sebagai makhluk social, yaitu makhluk yang memiliki kodrat hidup bermasyarakat maka sudah semestinya jika mereka saling membutuhkan satu sama lainnya dalam bentuk hubungan dengan manusia lainnya dalam bentuk hubungan yang mencukupi segala kebutuhannya dalam kehidupan bermasyarakat.⁷

Gambar iklan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem sosial ekonomi dan sosial modern. Kemampuan periklanan dan promosi lainnya untuk menyampaikan informasi kepada konsumen menjadikan kedua bidang ini penting bagi keberhasilan perusahaan. Pengeluaran (pembelanjaan) yang terus meningkat oleh perusahaan untuk iklan atau promosi merupakan bukti bahwa pemasar di seluruh dunia menyadari pentingnya periklanan dan promosi.⁸

Dengan berkembangnya zaman, hubungan antara produsen sebagai produsen barang atau jasa dan konsumen sebagai pengguna barang tidak lagi merupakan hubungan langsung yang luas. Pada jarak tertentu, konsumen sering tidak menyadari produsen barang atau jasa yang

⁶ Muthia Sakti, Dwi Aryanti Ramadhani, and Yuliana Yuli Wahyuningsih, "Perlindungan Konsumen Terhadap Beredarnya Makanan Yang Tidak Bersertifikat Halal," *Jurnal Yuridis* 2, no. 1 (2017), <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35586/v2i1.161>.

⁷ Andi Ahriana Astuti Bahar and Sabir Maidin, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembelian Barang Koleksi Di Kelurahan Tamarunang Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa (Studi Perbandingan Imam Abu Hanifa Dan Imam Syafi'i)," *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab Dan Hukum* 1, no. 3 (2020): 591–606, <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/SHAUTUNA.V1I3.15459>.

⁸ Kesuma, "Prinsip Dan Kriteria Periklanan Dari Perspektif Islam."

mereka peroleh untuk kebutuhan mereka. Setelah masyarakat mengenal sistem transaksi secara online, tingkat penggunaan layanan jual beli online semakin meningkat.⁹

Hak untuk mengoreksi iklan adalah salah satu hak universal konsumen dan harus dihormati dan dilindungi. Pelaku komersial yang menyampaikan informasi harus lengkap dan benar agar konten penting yang seharusnya menjadi hak konsumen tidak dicantumkan atau bahkan sengaja disembunyikan. Informasi juga harus (mudah) dipahami, karena jika tidak dapat dipahami, informasi tersebut tidak berguna. Informasi yang kurang lengkap dan kurang dikomunikasikan kepada konsumen dapat menimbulkan kesan yang salah (menyesatkan) pada konsumen, sehingga membuat konsumen merasa tertipu.

Jual beli telah menjadi peristiwa besar dalam hidup. Dengan jual beli, masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya. Islam juga menetapkan aturan jual beli untuk mematuhi hukum Syariah dan untuk menghindari tindakan yang dapat merugikan orang lain. Dalam jual beli, kejujuran dan keaslian adalah nilai yang paling penting. Islam melarang penipuan dalam semua aktivitas manusia, termasuk aktivitas komersial dan jual beli, memberikan penjelasan dan informasi yang salah, menunjukkan contoh barang yang baik dan menyembunyikan hal yang buruk, semuanya termasuk dalam kategori penipuan.

Iklan seringkali ditemukan terlalu dibesar-besarkan dan tidak memperhatikan dampak dari penggunaan produk yang diiklankan. Jika kita cermati, iklan semacam itu dapat digolongkan sebagai “penipuan terselubung”, membuat konsumen atau calon konsumen tertarik untuk membeli. Salah satu tujuan dari promosi atau iklan yang tidak jujur adalah menggunakan uang yang sangat sedikit untuk menjual barang dengan baik atau menarik pembeli untuk membelinya dan untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh oleh pelaku usaha.

Aspek jujur dan etis dalam berbisnis sangat menentukan keberadaan bisnis yang sehat. Namun bagi sebagian pihak, keberadaan etika bisnis hanya menjadi penghambat untuk memperoleh keuntungan, dan mereka akan melakukan apa saja untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, Islam sangat menentang ketidakjujuran, penipuan dan penipuan. Praktek pemaksaan dan segala bentuk menyakiti orang lain. Jual beli online ialah sebuah akad jual yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik (internet) baik berupa barang

⁹ Sumarni Arny, Hadi Daeng Mapuna, and Muhammad Anis, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pada Marketplace Online Lazada,” *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari’ah* 2, no. 4 (2021): 222–40, <https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v3i3.21658>.

maupun berupa jasa.¹⁰ Berdasarkan informasi yang penulis peroleh, terdapat banyak kejanggalan dengan ketentuan syariat Islam yang ada, yaitu banyaknya gambar iklan di aplikasi *Go-Food* yang tidak sesuai dengan produk yang dikirimkan ke pelanggan. Dari pertanyaan-pertanyaan di atas, peneliti berpendapat bahwa pertanyaan ini perlu diangkat dan dianalisis. Peneliti ingin mendeskripsikan, dari perspektif Ulama kontemporer, ketidaksesuaian gambar iklan yang dilakukan oleh berbagai pihak *Go-Food* dengan produk sebenarnya, yang mempengaruhi konsumen pengguna layanan *Go-Food*, ditinjau dari hukum Islam.

2. Literatur Review

2.1. Hukum Islam

Hukum yang berlaku bagi semua yang memeluk agama Islam, di manapun mereka berada. Seperti halnya hukum hindu maka hukum Islam pun merupakan hukum masyarakat Islam dan bukan penduduk sebuah negara. Sejarah umat Islam di Indonesia pada hakikatnya adalah sosok dari bangsa karena jumlah umat Islam yang mayoritas, dominan, seharusnya menentukan pola berpikir dan pola pembentukan hukum bangsa Indonesia. Hukum Islam adalah hukum yang diyakini memiliki keterkaitan dengan sumber dan ajaran Islam, yaitu hukum amali berupa interaksi sesama manusia, selain jinayat (pidana Islam). Dalam kamus hukum dijelaskan, bahwa hukum Islam (Indonesia) atau hukum syara'ialah peraturan-peraturan danketentuan-ketentuan yang berkenaan dengan kehidupan berdasarkan al-Qur'an.¹¹

Menurut hukum Islam, pelaksanaan transaksi jual beli online sama dengan transaksi bai' al-salam dalam hal pembayaran dan penyerahan barang. Maka untuk mengetahui apakah transaksi jual beli online sejalan dengan prinsip-prinsip hukum Islam dapat ditinjau kembali melalui rukun dan syarat-syarat sah bai' al-salam.¹²

Secara teori, hanya satu hukum Syariah yang berlaku untuk semua wilayah di mana umat Islam tinggal. Tapi sudah ada selama berabad-abad, beberapa aliran lokal. Hukum Islam bukanlah ilmu, melainkan aspek agama. 1 Ini termasuk teologi yang menetapkan dogma, yaitu, apa yang

¹⁰ Asfira Yuniar, Nurul Azizah, and Nurfyana Narmia Sari, "Asas Keadilan Berekonomi Dalam Transaksi Jual Beli Online," *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2021): 129.

¹¹ Hartalena Hartalena, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sewa Menyewa Pohon Cengkeh Di Kabupaten Sinjai" (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2020).

¹² Indira Jamal, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Dengan Penerapan Pasal 1320 Kuh Perdata" (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2021).

dipandu oleh iman Muslim, dan hukum Syariah, yang memberi orang-orang beriman aturan tentang apa yang harus dilakukan dan apa yang harus ditinggalkan. Ketika mempelajari hukum Syariah, seseorang tidak bisa lepas dari studi sepintas tentang Islam. Karena hukum Syariah, yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad, adalah bagian dari Islam dalam arti luas (akan dijelaskan kemudian ketika membahas asal-usul hukum Syariah).¹³

Menurut Hazairin, ahli hukum dari Universitas Indonesia, menegaskan bahwa pasal-pasal UUD 1945 mengandung prinsip-prinsip, antara lain tidak boleh dibuat peraturan yang bertentangan dengan kaidah-kaidah agama dan negara berkewajiban menjalankan syariat agama-agama, yaitu syariat Islam bagi umat Islam, syariat Hindu bagi umat Hindu, dan syariat Nasrani bagi umat Nasrani.

Secara umum, tujuan hukum Islam adalah untuk membahagiakan manusia di dunia dan di akhirat dengan mengambil (segala sesuatu) yang bermanfaat dan mencegah atau menolak yang berbahaya, yaitu yang tidak berguna bagi kehidupan. dan hidup. Dengan kata lain, tujuan hukum Islam adalah untuk kemaslahatan hidup manusia, baik lahir maupun batin, pribadi dan sosial. Manfaatnya bukan hanya kehidupan di dunia ini, tetapi juga kehidupan abadi di dunia yang akan datang.

Abu Ishaq Al Shatibi merumuskan lima tujuan hukum Islam untuk memelihara (1) agama, (2) jiwa, (3) akal, (4) keturunan dan (5) harta, yang kemudian diadopsi oleh ulama hukum Islam lainnya. Kelima objek hukum Islam dalam literatur disebut sebagai Al-Maqasid Al-Khamsah atau Al-Maqasid Al-Shariah (baca al-maqasidis syariah, kadang disebut almaqadis syar'iyah) (objek hukum Islam).¹⁴

Tujuan hukum Syariah dapat dilihat dari dua aspek, yaitu (1) pembentuk hukum Syariah, yaitu Allah dan Rasul-Nya, (2) sisi manusia, yaitu pelaksana dan pelaksana hukum Syariah. Sejauh (1) para perumus hukum Islam, tujuan Islam pertama dan terutama untuk memenuhi kebutuhan primer, sekunder dan tersier kehidupan manusia, yang masing-masing disebut daruriyyat, hajjiyyat dan tahsiniyyat, dalam literatur hukum Islam. Kedua, tujuan hukum Syariah adalah untuk ditaati dan ditegakkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Ketiga, agar dapat diamati dan

¹³ Septi Aji Fitra Jaya, "Al-Qur'an Dan Hadis Sebagai Sumber Hukum Islam," *Jurnal Indo-Islamika* 9, no. 2 (2019): 204–16.

¹⁴ Amin Farih, "REINTERPRETASI MAŞLAĤAH SEBAGAI METODE ISTINBĀṬ HUKUM ISLAM: Studi Pemikiran Hukum Islam Abū Ishāq Ibrāhīm Al-Shāṭibī," *Al-Ahkam* 1, no. 25 (2015): 43, <https://doi.org/10.21580/ahkam.2015.1.25.193>.

ditegaskan dengan baik dan benar, manusia harus meningkatkan pemahamannya tentang Syariah dengan mempelajari usul al-fiqh, dasar pembentukan dan pemahaman Syariah sebagai metodologinya.¹⁵

2.2. Kebohongan Gambar Iklan

Periklanan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menyampaikan informasi mengenai barang atau jasa kepada konsumen melalui media massa. Pengaruh iklan terhadap konsumen secara umum dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi, dan secara khusus setelah melihat kesan dari iklan tersebut, saya berharap dapat mempengaruhi konsumen secara langsung, agar mereka memahami isi informasi yang terdapat dalam iklan tersebut, dan akhirnya dapat memberikan gambaran respon positif, Karena iklan sering ditayangkan.

Hak konsumen untuk memperoleh informasi dari iklan diatur secara ketat, yaitu berupa informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi barang dan/atau jasa. Pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur serta diwajibkan secara hukum untuk diberitahu. Kewajiban pelaku usaha sebagai pendamping hak konsumen adalah pelaku usaha menginformasikan secara benar, jelas dan jujur.

Konsumen juga berhak atas ganti rugi, ganti rugi dan/atau penggantian barang dan/atau jasa apabila tidak sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Pelaku usaha juga wajib memberikan ganti rugi dan/atau penggantian barang dan/atau jasa apabila tidak sesuai dengan produk yang dibeli oleh konsumen.¹⁶ Setiap kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba (profit) dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk-produk tertentu. Namun, kesenjangan ekonomi merugikan berbagai pihak yang terlibat dalam aktivitas ekonomi. Masyarakat yang tidak lain adalah konsumen yang paling sering dirugikan.¹⁷

¹⁵ M. Saefudin Mughni, "Korelasi Sumber Hukum Islam Antara Al Qur'an, Hadits Dan Ushul Fiqh," *Educreative : Jurnal Pendidikan Kreativitas Anak* 5, no. 3 (2020), <https://doi.org/10.37530/edu.v5i3.129>.

¹⁶ Ira Aprilianti, "Melindungi Masyarakat: Memajukan Hak-Hak Konsumen Digital," *Makalah Kebijakan Nomor* 27, no. 27 (2020), <https://doi.org/10.35497/310045>.

¹⁷ Ahmad Nur Fauzan and Muhammad Yaasiin Raya, "Pengembalian Barang Cacat Setelah Transaksi Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam," *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* 3, no. 1 (2021): 21–30, <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v3i3.23471>.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan jenis Penelitian Lapangan. Penelitian deskriptif berusaha menggambarkan sifat, fakta, dan hubungan fenomena yang diteliti.¹⁸ Penelitian kualitatif bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, gambar, dari perilaku yang diamati.¹⁹ Penelitian ini merupakan studi kasus gambar iklan pada aplikasi go-food oleh mahasiswa Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar. Berbagai studi literatur, khususnya buku-buku fiqh, digunakan untuk tujuan analisis. Berbagai literatur lain, seperti buku-buku selain fiqh, hasil penelitian, digunakan sebagai referensi atau untuk mendukung tujuan analisis. Berdasarkan judul penelitian ini “Analisis Hukum Islam Terhadap Gambar Iklan Pada Aplikasi *Go-Food* Perspektif Ulama Kontemporer (Studi Kasus Mahasiswa Perbandingan Mazhab Uin Alauddin Makassar). Maka lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Syari’ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Jln. Sultan Alauddin Romang Polong, Samata, Kab. Gowa.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Solusi dalam Mengatasi Kebohongan Gambar Iklan pada Aplikasi Menurut Hukum Islam

Di dalam Islam aspek jual-beli harus diselesaikan secara tuntas, guna menghindari terjadinya pertikaian dan kejanggalan dalam kehidupan sosial masyarakat dengan tuntutan syariat Islam, oleh karena itu aspek ekonomi secara Islami sangat penting bagi kelangsungan kehidupan sehari-hari, karena Ekonomi Islam tidak hanya mementingkan kepentingan dunia saja, melainkan memikirkan kepentingan akhirat. Di dalam transaksi perdagangan, baik penjual maupun pembeli harus memperhatikan dan menjaga nilai-nilai atau aturan hukum Islam yang terkait dengan etika. Etika adalah sebuah perantara perilaku seseorang atau sekelompok orang yang tersusun dari suatu system nilai atau norma yang diambil dari gejala-gejala alamiah masyarakat kelompok tersebut. Etika adalah tata cara sopan santun dalam masyarakat guna memelihara hubungan baik antara sesama.

Aspek kejujuran dan moralitas dalam berbisnis sangatlah menentukan adanya bisnis yang sehat. Akan tetapi bagi sebagian pihak adanya etika bisnis hanya sebagai penghalang

¹⁸ Moh Nasir, “Pengaruh E-Service Quality Dan Diskon Terhadap Minat Beli Pada Situs Online Di Website Zalora. Co. Id Di Surabaya,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 5, no. 1 (2017).

¹⁹ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007).

dalam memperoleh keuntungan, sehingga cara apapun dilakukan oleh mereka untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya. Oleh karena itu Islam sangat menentang ketidakjujuran, kecurangan dan penipuan. Praktek-praktek pemaksaan dan semua bentuk perbuatan yang merugikan orang lain.

Saat menjalin sebuah hubungan dengan orang lain, manusia mempunyai kepentingan terhadap orang lain oleh karena itu timbullah suatu hubungan hak dan kewajiban. Setiap manusia harus bisa menjaga hak dan kewajiban masing-masing agar tidak terjadi kesalahpahaman suatu saat nanti. Oleh karena itu sangat penting untuk mematuhi kaidah-kaidah hukum yang telah ada demi menjaga hubungan baik diantara sesama. Karena kaidah hukum melindungi kepentingan manusia, maka harus dipatuhi oleh manusia lainnya. Sehingga timbul kesadaran untuk mematuhi peraturan hukum supaya kepentingannya sendiri terlindungi.²⁰

Pada dasarnya, kegiatan jual beli adalah boleh sepanjang jual beli tersebut tidak melanggar ketentuan Al-Qur'an dan As-sunnah. Persetujuan dan kerelaan kedua belah pihak yang melakukan transaksi sangat penting untuk keabsahan akad. Sesuai dengan firman Allah dalam surah an-Nisa ayat 29 :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

4.2. Solusi dalam Mengatasi kebohongan Gambar Iklan pada Aplikasi Menurut Ulama Kontemporer Dr. Yusuf Qardhawi

Etika adalah kumpulan aturan, doktrin dan nilai-nilai yang dapat disampaikan manusia dalam hidup untuk kebahagiaan dalam hidup ini dan selanjutnya. Jadi jika Islam melibatkan etika, itu tidak berlebihan Kejujuran, kepercayaan, keadilan, ihsan, kebajikan, persahabatan dan kasih sayang. Secara normatif, Al-Qur'an sebagai pedoman hidup bagi umat Islam adalah relatif Memberikan informasi tentang prinsip-prinsip berbasis bisnis Kerangka kerja untuk memperlakukan bisnis sebagai pelaku ekonomi.²¹ Dalam melakukan transaksi, istilah *al-'ijarah*, *al-bai'u*, *'adayantum* dan *'Ish'ara* disebutkan dalam Al-Qur'an sebagai simbol Islam Memiliki

²⁰ Nurindah Pertiwi Ismail and M Thahir Maloko, “Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Penerapan Upah Buruh Cetak Batu Bata,” *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* 3, no. 1 (2021): 54–60.

²¹ Yusuf Qardhawi, “Norma Dan Etika Ekonomi Islam,” 1997.

kepedulian yang serius terhadap bisnis atau dunia bisnis. Menanggapi situasi ini, Yusuf al-Qaradhawi Kontribusi signifikan untuk menjawab pertanyaan etis Manajemen yang komprehensif. Sikapnya yang lembut mengikis mazhab Center, hal ini dilakukan agar tidak terjerumus ke dalam blind mania. kembali Sikap tasamuhnya (toleransi) memajukan pemikiran fiqhnya dan inovasi, bukan stagnasi yang membuatnya mampu Berkontribusi pada jawaban komprehensif untuk pertanyaan kontemporer.²² Bagi Yusuf Kardawi, aspek terpenting dalam hidup adalah Kebutuhan mendesak untuk ijtihad adalah di bidang ekonomi dan keuangan, Ilmu teknologi dan kedokteran. Selanjutnya, berbicara tentang ijtihad, dia muncul dengan ide lain, yang disebutnya ijtihad selektif Ijtihad konstruktif untuk perbandingan dan inovasi. Karena Islam itu kaya Harta karun klasiknya menawarkan para pemikir Islam kesempatan sekali seumur hidup penelitian fundamental kontemporer tentang masalah masyarakat. Juhur ulama bersepakat, berbohong adalah perbuatan yang dilarang dan sangat dibenci dalam Islam. Walaupun hanya untuk tujuan berkelakar dan bercanda, berbohong tetaplah dilarang.

Syariat hanya memperbolehkan perbuatan bohong dalam kondisi dhoruriyah (kondisi genting), yakni jika benar-benar menyangkut soal kemaslahatan umat, nyawa, atau eksistensi orang lain. Seperti disebutkan dalam hadist riwayat Muslim, "Belum pernah aku dengar, kalimat (bohong) yang diberi keringanan untuk diucapkan manusia selain dalam tiga hal: Ketika perang, dalam rangka mendamaikan antar-sesama, dan suami berbohong kepada istrinya atau istri berbohong pada suaminya (jika untuk kebaikan)."

Dr. Yusuf Qardhawi, salah seorang ulama yang sangat keras terhadap pelarangan menyatakan kebohongan ini tak pantas untuk diikuti umat Islam. Ketua Asosiasi Ulama Islam Internasional itu menegaskan, ikut-ikutan melakukan ajaran yang tidak berarti melakukan kebohongan yang nyata, dan hal ini sangat dilarang dalam syariat Islam. Qardhawi mengatakan, tidak boleh seorang muslim membuat kebohongan kepada saudaranya sesama Muslim, walaupun untuk bercanda dan bergurau. Rasulullah shallallahu alaihi wa sallam sendiri selalu jujur dalam ucapannya, walau hanya sekedar berkelakar. Rasulullah saw bersabda:

"Celaka bagi orang yang bercerita kemudian ia berdusta agar manusia tertawa.
Celaka baginya!"(H.R. Ahmad).

²² Sulaiman Shalih Al-Khurasyi, *Pemikiran Dr. Yusuf Al-Qaradhawi Dalam Timbangan* (Pustaka Imam Asy-syafi'i, 2003).

Membuat orang tertawa jika dilakukan hanya sesekali tidaklah mengapa, akan tetapi mengemasnya dengan cerita yang palsu dalam rangka untuk membuat orang lain tertawa maka hal ini merupakan kecelakaan baginya karena dia telah mengumpulkan dua keburukan sekaligus. Keburukan pertama adalah dia berdusta sehingga dengan itu dia mendapatkan dosa dan keburukan kedua adalah membuat orang tertawa terbahak-bahak yang dapat mematikan hati.

5. Kesimpulan

Islam menetapkan aturan jual beli untuk mematuhi hukum Syariah dan untuk menghindari tindakan yang dapat merugikan orang lain. Dalam jual beli, kejujuran dan keaslian adalah nilai yang paling penting. Islam melarang penipuan dalam semua aktivitas manusia, termasuk aktivitas komersial dan jual beli, memberikan penjelasan dan informasi yang salah, menunjukkan contoh barang yang baik dan menyembunyikan hal yang buruk, semuanya termasuk dalam kategori penipuan. Kebohongan gambar iklan adalah iklan yang tidak sesuai dengan produk yang diterima. Jika kita cermati, iklan semacam itu dapat digolongkan sebagai “penipuan terselubung”, membuat konsumen atau calon konsumen tertarik untuk membeli. Salah satu tujuan promosi atau iklan yang tidak jujur adalah menjual barang atau membujuk pembeli untuk membelinya dengan memaksimalkan keuntungan yang diperoleh pelaku usaha. Gambar iklan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem sosial ekonomi dan sosial modern. Kemampuan periklanan dan promosi lainnya untuk menyampaikan informasi kepada konsumen menjadikan kedua bidang ini penting bagi keberhasilan perusahaan. Pengeluaran (pembelajaan) yang terus meningkat oleh perusahaan untuk iklan atau promosi merupakan bukti bahwa pemasar di seluruh dunia menyadari pentingnya periklanan dan promosi.

Daftar Pustaka

Al-Khurasyi, Sulaiman Shalih. *Pemikiran Dr. Yusuf Al-Qaradhawi Dalam Timbangan*. Pustaka Imam Asy-syafi'i, 2003.

Andayani, Reski, and Rahma Amir. “Analisis Perbandingan Hukum Islam Dan Hukum Positif Terhadap Pelaksanaan Jual Beli Ijon: Studi Kasus Di Kabupaten Bantaeng.” *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab Dan Hukum* 2, no. 1 (2021): 168–78. <https://doi.org/10.24252/shautuna.v2i1.17741>.

Aprilianti, Ira. “Melindungi Masyarakat: Memajukan Hak-Hak Konsumen Digital.” *Makalah Kebijakan Nomor 27*, no. 27 (2020). <https://doi.org/10.35497/310045>.

- Army, Sumarni, Hadi Daeng Mapuna, and Muhammad Anis. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pada Marketplace Online Lazada." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* 2, no. 4 (2021): 222–40. <https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v3i3.21658>.
- Bahar, Andi Ahriana Astuti, and Sabir Maidin. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembelian Barang Koleksi Di Kelurahan Tamarunang Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa (Studi Perbandingan Imam Abu Hanifa Dan Imam Syafi'i)." *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab Dan Hukum* 1, no. 3 (2020): 591–606. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/SHAUTUNA.V1I3.15459>.
- Farih, Amin. "REINTERPRETASI MAŞLAĦAH SEBAGAI METODE ISTINBĀṬ HUKUM ISLAM: Studi Pemikiran Hukum Islam Abū Ishāq Ibrāhīm Al-Shāṭibī." *Al-Ahkam* 1, no. 25 (2015): 43. <https://doi.org/10.21580/ahkam.2015.1.25.193>.
- Fauzan, Ahmad Nur, and Muhammad Yaasiin Raya. "Pengembalian Barang Cacat Setelah Transaksi Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* 3, no. 1 (2021): 21–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v3i3.23471>.
- Hartalena, Hartalena. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sewa Menyewa Pohon Cengkeh Di Kabupaten Sinjai." Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2020.
- Ismail, Nurindah Pertiwi, and M Thahir Maloko. "Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Penerapan Upah Buruh Cetak Batu Bata." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* 3, no. 1 (2021): 54–60.
- Jamal, Indira. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Dengan Penerapan Pasal 1320 Kuh Perdata." Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2021.
- Jaya, Septi Aji Fitra. "Al-Qur'an Dan Hadis Sebagai Sumber Hukum Islam." *Jurnal Indo-Islamika* 9, no. 2 (2019): 204–16.
- Kesuma, Teuku Meldi. "Prinsip Dan Kriteria Periklanan Dari Perspektif Islam." *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 1, no. 1 (2012). <https://doi.org/10.22373/share.v1i1.718>.
- Khatimah, Khusnul, and Erlina Erlina. "Tinjaun Hukum Islam Terhadap Jual Beli Secara Daring (Online) Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Iklan." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* 2, no. 3 (2021): 147–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v2i2.16426>.
- Kurniati, Kurniati, Eka Indriyani Ms, Muhammad Muhammad, and Abdul Syatar. "Preference Of Using Sharia Fintech In Pandemic Covid 19." *Webology* 19, no. 2 (2022): 5457–67. <https://www.webology.org/abstract.php?id=1999>.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Mughni, M. Saefudin. "Korelasi Sumber Hukum Islam Antara Al Qur'an, Hadits Dan Ushul Fiqh." *Educreative: Jurnal Pendidikan Kreativitas Anak* 5, no. 3 (2020). <https://doi.org/10.37530/edu.v5i3.129>.

Analisis Hukum Islam terhadap Iklan pada Aplikasi Go-Food dalam Perspektif Ulama Kontemporer
Riska, et. al.

Nasir, Moh. "Pengaruh E-Service Quality Dan Diskon Terhadap Minat Beli Pada Situs Online Di Website Zalora. Co. Id Di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 5, no. 1 (2017).

Qardhawi, Yusuf. "Norma Dan Etika Ekonomi Islam," 1997.

Sakti, Muthia, Dwi Aryanti Ramadhani, and Yuliana Yuli Wahyuningsih. "Perlindungan Konsumen Terhadap Beredarnya Makanan Yang Tidak Bersertifikat Halal." *Jurnal Yuridis* 2, no. 1 (2017). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35586/.v2i1.161>.

Wijaya, Abdi, Achmad Musyahid Idrus, Tahani Asri Maulidah, Mulham Jaki Asti, and Nurjannah Nurjannah. "The Implementation of E-Commerce Consumer Option Rights (Khiyar) in Realizing Transaction Justice: A Study of Maqasid Al-Shariah." *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam* 17, no. 1 (2023): 69–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.24090/mnh.v17i1.7673>.

Yuniar, Asfira, Nurul Azizah, and Nurfyana Narmia Sari. "Asas Keadilan Berekonomi Dalam Transaksi Jual Beli Online." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2021): 129.