

BONUS BELANJA DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH: STUDI KRITIS ATAS PRAKTIK PERSENAN PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR RANDUGUNTING KOTA TEGAL

Ande Putra Purnama, Lc

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

Email: andeputra73@gmail.com

Abstrak

Artikel ini mengkaji tradisi persenan, yakni kebiasaan pedagang sembako memberikan bonus atau hadiah kepada pelanggan setia di Pasar Randugunting Kota Tegal, melalui perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi lapangan dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menemukan bahwa para pedagang memiliki beragam motivasi: dorongan keagamaan, pelestarian tradisi, ungkapan terima kasih, serta strategi pemasaran. Dari tinjauan fikih, persenan paling tepat dikategorikan sebagai hibah karena memenuhi rukun dan syaratnya. Sebagai sarana promosi, praktik ini dibolehkan sesuai fatwa MUI tentang jual beli disertai hadiah dengan syarat item hadiah halal, sesuai janji, bebas dari unsur maysir, serta kualitas dan harga barang sesuai standar pasar. Namun demikian, terdapat ketegangan normatif antara orientasi komersial dan prinsip dasar filantropi Islam yang menekankan ketulusan tanpa pamrih.

Kata Kunci: Hibah, Hukum Ekonomi Syariah, Pasar Tradisional, Pedagang Sembako, Persenan

Abstract

This article examines the practice of persenan — a customary gift-giving by grocery traders to loyal buyers at Randugunting Market, Tegal — through the framework of Islamic Economic Law. Employing a qualitative descriptive approach with field observation and in-depth interviews, the study finds that traders hold varied motivations: religious devotion, inherited custom, appreciation for loyalty, and deliberate marketing strategy. From the jurisprudential standpoint, persenan most closely aligns with hibah (voluntary endowment), satisfying its requisite pillars and conditions. As a promotional mechanism, the practice is permissible under the MUI fatwa on gift-accompanied sales, provided the gifts are lawful, consistent with what was promised, free from maysir, and merchandise quality and pricing remain within market norms. A normative tension exists, however, as the commercial orientation partially deviates from the disinterested altruism central to Islamic philanthropic ideals.

Keywords: Grocery Traders, Hibah, Islamic Economic Law, Persenan, Traditional Market

A. Pendahuluan

Islam sebagai sistem kehidupan yang komprehensif tidak hanya mengatur dimensi ritual dan akidah, melainkan juga menetapkan panduan normatif bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk di bidang ekonomi dan perdagangan. Setiap individu yang menjalankan usaha dituntut menjadikan nilai-nilai syariat sebagai landasan moral dan operasional. Hal ini

selaras dengan posisi manusia sebagai khalifah di muka bumi yang diamanahi mengelola sumber daya alam secara adil dan bertanggung jawab demi kesejahteraan bersama.¹

Dalam ranah muamalah, kegiatan jual beli merupakan bentuk interaksi ekonomi yang paling lazim dijumpai di tengah masyarakat. Islam memberikan ruang luas bagi aktivitas perdagangan selama dijalankan sesuai prinsip-prinsip syar'i, yakni keterbukaan, kejujuran, dan kerelaan antar pihak yang bertransaksi. Transaksi yang mengandung unsur penipuan, paksaan, atau merugikan salah satu pihak dipandang tidak sah secara hukum.²

Ketentuan mendasar ini tercermin dalam firman Allah SWT yang melarang pengambilan harta secara batil dan hanya membolehkan perniagaan atas dasar kesukarelaan (*taradhin*) antar pihak:³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dalam perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka di antara kamu. (QS. An-Nisa' [4]: 29)

Islam mengakui hak kepemilikan pribadi dan kebebasan berusaha, namun dibatasi oleh prinsip keadilan sosial. Kebebasan berdagang tidak memberi ruang bagi praktik monopoli, penipuan, maupun eksploitasi. Sebaliknya, Islam mendorong ekosistem perdagangan yang saling menguntungkan dan berkeadilan.⁴

Dari sisi konsumen, konsep utilitas (*utility*) dalam ekonomi Islam tidak semata-mata diukur dari kepuasan material, melainkan juga mempertimbangkan dimensi kemaslahatan jangka panjang. Islam melarang perilaku berlebihan dalam konsumsi (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*), serta memerintahkan umat mengutamakan konsumsi yang memberikan manfaat nyata.^{5,6}

Rambu-rambu ini diperkuat oleh firman Allah dalam QS. Al-Isra' [17]: 26-27 yang melarang keras pemborosan dan mengkategorikan pelakunya sebagai saudara setan.⁷

Celah antara kepuasan konsumen dan hasrat pedagang meraih keuntungan kemudian memunculkan berbagai strategi pemasaran, termasuk pemberian hadiah atau bonus belanja. Dalam konteks Islam, strategi demikian perlu dikaji cermat agar tidak bermuara pada praktik yang mengandung unsur penipuan atau *maysir*.⁸

Salah satu fenomena nyata yang layak dikaji adalah tradisi persenan di kalangan pedagang sembako Pasar Randugunting Kota Tegal. Pedagang sembako yang menjual beraneka kebutuhan pokok rumah tangga dengan modal dan ragam barang lebih besar dibanding pedagang eceran biasa, secara rutin memberikan hadiah kepada pelanggan setia, khususnya menjelang Hari Raya Idul Fitri. Tradisi ini berkaitan erat dengan nilai yang

¹Mardani, Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia (Bandung: Refika Aditama, 2022), hlm. 3.

²Rozalinda, Fikih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah (Jakarta: Rajawali Pers, 2022), hlm. 67.

³Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Bandung: Syaamil Al-Qur'an, 2023), QS. An-Nisa' [4]: 29.

⁴Ismail Nurdin, Etika Bisnis Islam: Prinsip dan Implementasi (Yogyakarta: Deepublish, 2023), hlm. 78.

⁵Adiwarman Azhar Karim, Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer (Jakarta: Gema Insani, 2024), hlm. 102.

⁶Ibid., hlm. 105.

⁷Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, QS. Al-Isra' [17]: 26-27.

⁸Muhammad Muflih, Konsumen Muslim: Perilaku dan Etika Konsumsi dalam Islam (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2023), hlm. 89.

terkandung dalam QS. Al-Baqarah [2]: 177 tentang anjuran memberi sebagai wujud kebajikan sejati.⁹¹⁰

Bertolak dari fenomena tersebut, tulisan ini menelaah dan menganalisis bagaimana praktik pemberian persenan oleh pedagang sembako kepada pembeli di Pasar Randugunting Tegal dapat dinilai dan diposisikan dalam bingkai Hukum Ekonomi Syariah, dengan memperhatikan aspek akad, motif, dan konsekuensi hukumnya.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di Pasar Randugunting Kota Tegal serta wawancara mendalam (in-depth interview) dengan pedagang sembako yang melaksanakan tradisi persenan. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan sepuluh pedagang pracangan yang dipilih secara purposif berdasarkan kriteria: telah berdagang minimal tiga tahun dan aktif melaksanakan persenan. Data sekunder dikumpulkan melalui studi kepustakaan terhadap sumber-sumber fikih muamalah, fatwa MUI, dan literatur hukum ekonomi syariah yang relevan. Analisis data dilakukan secara induktif dengan cara memetakan praktik persenan ke dalam kategori-kategori hukum Islam yang ada, kemudian ditarik kesimpulan normatif berdasarkan kaidah-kaidah fikih yang berlaku.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Konsep Hibah dan Hadiah dalam Khazanah Fikih Islam

Dalam terminologi Arab, kata hibah berakar dari kata *wahaba* yang berarti memberi atau menganugerahkan. Kata ini beserta derivasinya disebutkan dalam al-Qur'an sebanyak dua puluh lima kali dalam tiga belas surat, dengan makna dasar berupa pemberian karunia, baik dari sesama manusia maupun dari Allah kepada hamba-Nya.¹¹

Secara leksikal, Kamus al-Munawwir mendefinisikan hibah sebagai *masdar* dari kata *wahaba* (وهب) yang bermakna pemberian.¹² Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikannya sebagai pemberian sukarela dengan pengalihan hak kepemilikan kepada pihak lain.¹³ Adapun Kamus Ilmu Al-Qur'an menguraikan hibah sebagai pemberian yang dilakukan seseorang semasa hidupnya tanpa mengharapkan imbalan, baik secara lisan maupun tertulis.¹⁴

Para ulama fikih merumuskan definisi hibah dengan beragam redaksi yang pada intinya senada. Imam Taqiy al-Din dalam kitab *Kifayat al-Akhyar* menegaskan bahwa hibah ialah pemilikan tanpa penggantian (*al-tamlik bi ghayr 'iwadh*).¹⁵ Adapun menurut jumbuh ulama sebagaimana dikutip Nasrun Haroen, hibah adalah akad yang menyebabkan perpindahan kepemilikan harta tanpa kompensasi, yang dilakukan seseorang yang masih hidup kepada pihak lain secara sukarela.¹⁶ Senada dengan itu, kajian terkini menunjukkan bahwa hibah dalam

⁹Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, QS. Al-Baqarah [2]: 177.

¹⁰Ahmad Yusuf Khoirudin dan Moh. Roqib, "Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Pemberian Hadiah dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional", Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Vol. 6 No. 1 (Juni 2024), hlm. 51.

¹¹Wahbah al-Zuhayli, Fiqh Islam wa Adillatuhu, terj. Abdul Hayyie al-Kattani, Jilid 5 (Jakarta: Gema Insani, 2022), hlm. 466.

¹²Ahmad Warson Munawwir, Al-Munawwir: Kamus Arab-Indonesia (Surabaya: Pustaka Progressif, 2022), hlm. 1584.

¹³Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi V (Jakarta: Kemendikbud, 2023), hlm. 398.

¹⁴Ahsin W. Al-Hafidz, Kamus Ilmu Al-Qur'an, Edisi Revisi (Jakarta: Amzah, 2023), hlm. 99.

¹⁵M. Ali Hasan, Fikih Muamalah Kontemporer (Jakarta: Rajawali Pers, 2023), hlm. 323.

¹⁶Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, Edisi Revisi (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2022), hlm. 82.

konteks fikih muamalah kontemporer tidak hanya menyanggah dimensi spiritual, tetapi juga berpotensi difungsikan sebagai instrumen relasional dalam kehidupan bisnis.¹⁷

Berbeda dengan hibah yang bersifat umum, hadiah berasal dari kata *hadi* (هَدَى), yang dalam analisis linguistik al-Qur'an memiliki dua makna pokok: pertama, tampil ke depan sebagai penunjuk; dan kedua, menyampaikan sesuatu dengan penuh kelembutan. Dari makna kedua inilah lahir kata *hidayah* (هَدَى), yakni penyampaian sesuatu yang melambungkan kepedulian tulus.¹⁸

Menurut Ensiklopedi Hukum Islam, hadiah dikategorikan sebagai salah satu varian dari hibah.¹⁹ Zakariyya al-Anshari mengartikan hadiah sebagai penyerahan hak milik atas suatu harta benda tanpa ganti rugi yang biasanya dikirimkan kepada penerima sebagai bentuk penghormatan.²⁰ Sayyid Sabiq berpandangan bahwa dari segi hukum maupun makna tidak ada perbedaan substantif antara hibah dan hadiah.²¹ Sebaliknya, Muhammad Qal'aji membedakan keduanya: hibah murni pemberian tanpa pamrih, sedangkan hadiah bertujuan mempererat hubungan, memperdekat jarak sosial, dan memuliakan penerima.²²

Yang perlu ditekankan adalah bahwa hibah maupun hadiah mensyaratkan pengalihan kepemilikan atas benda itu sendiri (*'ain*), bukan sekadar manfaatnya. Penyerahan juga harus dilakukan semasa pemberi masih hidup dan tanpa kompensasi apapun (*tamlikan li al-'ayn bi la 'iwadh*), karena jika ada imbalan yang mengikat, transaksinya bergeser menjadi jual beli (*al-bay'*).

2. Landasan Normatif Kebolehan Hibah dan Hadiah

Disyariatkannya hibah dan hadiah dalam Islam bersumber dari tiga pilar utama hukum Islam, yaitu Al-Qur'an, Al-Hadits, dan Ijma' Ulama.

Dari sisi Al-Qur'an, QS. Al-Baqarah [2]: 177 menyebutkan bahwa salah satu karakter orang beriman adalah kesediaan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, musafir, dan orang-orang yang membutuhkan pertolongan. Ayat ini secara implisit melegitimasi tradisi memberi sebagai manifestasi iman yang konkret.²³

Dari sisi Al-Hadits, Nabi Muhammad SAW bersabda: *"Hendaklah kalian saling memberi hadiah, niscaya kalian akan saling mencintai."* (HR. Al-Bukhari dalam Al-Adab Al-Mufrad dan Abu Ya'la dengan sanad hasan).²⁴ Hadits ini tidak hanya membolehkan tradisi saling memberi, tetapi secara aktif mendorong umat Islam membudayakannya sebagai sarana mempererat ukhuwah.

Berdasarkan dalil-dalil di atas, jumbuh ulama sepakat bahwa hukum asal hibah dan hadiah adalah sunah yang sangat dianjurkan. Islam bahkan mengapresiasi siapa pun yang

¹⁷Fatimah Nur Azizah dan Siti Munawaroh, "Konsep Hibah dalam Fiqh Muamalah Kontemporer: Antara Filantropi dan Instrumen Bisnis", Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 10 No. 1 (2024), hlm. 820.

¹⁸Sahabuddin et al., Ensiklopedia Al-Qur'an: Kajian Kosa Kata (Jakarta: Lentera Hati, 2022), hlm. 261.

¹⁹Abdul Aziz Dahlan et al., Ensiklopedi Hukum Islam, Edisi Terbaru (Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, 2023), hlm. 540.

²⁰Sayyid Sabiq, Fiqh al-Sunnah, terj. Abu Aulia (Jakarta: Republika Penerbit, 2023), Jilid 5, hlm. 566.

²¹Ibid., Jilid 3, hlm. 315.

²²Muhammad Qal'aji, Mu'jam Lughat al-Fuqaha (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 2022), Juz 1, hlm. 493.

²³Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, QS. Al-Baqarah [2]: 177.

²⁴Al-Nawawi, Yahya ibn Sharaf, Riyadh al-Shalihin, terj. Muslich Shabir (Semarang: Karya Toha Putra, 2023), hlm. 555.

memiliki kelebihan harta dan mau berbagi dengan pihak membutuhkan sebagai bentuk ibadah sosial yang mulia.²⁵

3. Ketentuan Fikih tentang Jual Beli yang Disertai Hadiah

Komisi Fatwa MUI Provinsi DKI Jakarta telah menerbitkan fatwa komprehensif mengenai hukum jual beli yang disertai hadiah. Beberapa ketentuan penting dalam fatwa tersebut:²⁶

- a. Perdagangan adalah aktivitas ekonomi yang dihalalkan oleh ajaran Islam.²⁷
- b. Suatu transaksi jual beli dinyatakan sah dan halal hanya apabila telah memenuhi seluruh rukun dan syarat yang ditetapkan syariat Islam.
- c. Jual beli yang disertai hadiah, baik langsung saat pembelian maupun melalui mekanisme undian, dihukumkan sah dan halal dengan ketentuan: (i) hadiah yang diberikan harus halal dan sesuai dengan apa yang dijanjikan; apabila berupa barang haram seperti minuman keras atau benda najis, maka transaksinya tidak sah; (ii) hadiah tidak boleh mengandung unsur judi (*maysir*), artinya hadiah benar-benar merupakan pemberian cuma-cuma sehingga konsumen yang tidak mendapat hadiah tidak dirugikan; dan (iii) kualitas barang dagangan harus memenuhi standar pasar dan harganya tidak melampaui harga wajar.²⁸
- d. Apabila jual beli berhadiah undian diterapkan pada barang berkualitas rendah dengan harga di atas pasaran, transaksi tersebut tidak sah dan haram karena mengandung unsur judi. Kupon undian tidak lagi bersifat gratis, melainkan sudah terselip dalam harga jual sehingga mekanismenya identik dengan judi.²⁹

4. Dinamika Tradisi Persenan di Pasar Randugunting Tegal

Persaingan yang kian ketat di lingkungan pasar tradisional mendorong pedagang mencari strategi diferensiasi yang efektif. Di Pasar Randugunting, pedagang sembako yang telah memiliki basis pelanggan tetap cenderung mengadopsi tradisi persenan sebagai instrumen membangun loyalitas jangka panjang. Tradisi ini berlangsung turun-temurun dan kini menjadi norma sosial yang diakui, dengan periode pemberian umumnya dimulai dari bulan Ramadhan hingga awal Syawal.

Mekanisme pemberiannya bersifat langsung: pelanggan menerima persenan setelah menyelesaikan transaksi pembelian. Jenis dan nilai persenan disesuaikan dengan volume serta frekuensi belanja masing-masing pelanggan. Hadiah yang lazim diberikan mencakup uang tunai, kaos, jaket, baju, hingga paket sembako. Uang tunai biasanya diperuntukkan bagi pelanggan senior; kaos untuk pedagang sayur keliling yang rutin datang; baju atau jaket bagi yang berbelanja dalam jumlah lebih besar; sementara paket sembako umumnya diterima pelanggan yang berprofesi sebagai penjual makanan atau pengelola warung.

Dalam konteks pemasaran Islami, strategi seperti ini sejatinya merupakan bentuk pendekatan relasional yang dibenarkan selama tidak mengandung unsur manipulatif. Penelitian mengenai perilaku konsumen Muslim menegaskan bahwa program loyalitas yang berbasis

²⁵Wahbah al-Zuhayli, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, Jilid 5, hlm. 324.

²⁶M. Hamdan Rasyid, *Fiqh Indonesia: Himpunan Fatwa-Fatwa Aktual*, Cet. 2 (Jakarta: Al-Mawardi Prima, 2022), hlm. 290.

²⁷*Ibid.*, hlm. 291.

²⁸*Ibid.*, hlm. 292-293.

²⁹*Ibid.*, hlm. 293.

kejujuran dan transparansi justru memperkuat kepercayaan konsumen dan memperluas jaringan pelanggan secara organik.³⁰

Hal ini sejalan dengan kajian tentang praktik promosi penjualan di pasar rakyat yang menemukan bahwa pendekatan promosi berbasis nilai-nilai maqashid syariah — yakni menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta — lebih berkelanjutan dan bernilai keberkahan dibanding sekadar mengejar keuntungan jangka pendek.³¹

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, teridentifikasi tujuh motif utama yang melatarbelakangi pemberian persenan: (1) mempererat tali silaturahmi antara pedagang dan pelanggan; (2) menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan; (3) pelestarian tradisi dan norma sosial yang telah berlangsung lama; (4) motivasi ibadah dalam bentuk sedekah atau zakat perdagangan; (5) sebagai instrumen motivasi agar pelanggan tetap setia; (6) tanda mata atau Tunjangan Hari Raya (THR) menjelang Idul Fitri; dan (7) ekspresi syukur kepada Allah SWT atas rezeki yang diberikan.

Beragamnya motivasi ini mencerminkan kekayaan perspektif para pedagang dalam memaknai tradisi persenan. Dengan demikian, praktik ini dapat dipetakan ke dalam empat perspektif hukum Islam sebagai berikut:

Pertama, persenan sebagai zakat. Apabila diniati sebagai zakat fitrah, persenan memenuhi syarat subjek pemberi namun tidak memenuhi syarat jenis barang yang dikeluarkan, karena barang seperti pakaian atau sembako bukan bahan makanan pokok yang menjadi ketentuan syar'i.³²³³ Sebagai zakat perdagangan, ketidakterpenuhinya syarat nisab, haul, dan golongan penerima menjadikannya tidak sah.

Kedua, persenan sebagai sedekah atau infak. Praktik ini sah namun kurang sempurna karena prioritas penerima sedekah dan infak seharusnya diarahkan kepada kerabat, fakir miskin, dan mereka yang benar-benar membutuhkan, bukan sekadar pelanggan dagang.

Ketiga, persenan sebagai hibah. Dari perspektif filantropi Islam, persenan paling tepat dikategorikan sebagai hibah. Syarat pemberi hibah (*al-wahib*) meliputi: kepemilikan sah, baligh, berakal, dan tidak dalam paksaan.³⁴³⁵ Para pedagang pracangan memenuhi seluruh kriteria ini. Proses pemberian yang dilakukan secara lisan dan langsung juga sesuai dengan ketentuan ijab-akbul dalam akad hibah.

Keempat, persenan sebagai strategi promosi. Menurut M. Hamdan Rasyid, jual beli disertai hadiah dihukumkan sah dan halal sepanjang memenuhi empat syarat: hadiah halal dan sesuai janji; tidak mengandung unsur *maysir* sehingga konsumen yang tidak beruntung tidak dirugikan; kualitas barang sesuai standar; dan harganya tidak melampaui harga pasar.³⁶ Berdasarkan kriteria ini, praktik persenan di Pasar Randugunting secara umum memenuhi persyaratan tersebut.

³⁰Muhammad Ridwan, "Perilaku Konsumen Muslim dan Implikasinya terhadap Strategi Pemasaran Berbasis Syariah", *Al-Falah: Journal of Islamic Economics* Vol. 9 No. 2 (2024), hlm. 118.

³¹Nurul Huda dan Ahmad Maulidizen, "Praktik Promosi Penjualan di Pasar Rakyat: Perspektif Maqashid Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 9 No. 1 (2023), hlm. 94.

³²Abdul Aziz Muhammad Azzam dan Abdul Wahhab Sayyed Hawwas, *Fiqh Ibadah*, Cet. 3 (Jakarta: Amzah, 2022), hlm. 396.

³³*Ibid.*, hlm. 397.

³⁴Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*, Cet. 2 (Yogyakarta: UGM Press, 2023), hlm. 175-176.

³⁵*Ibid.*, hlm. 176.

³⁶M. Hamdan Rasyid, *Fiqh Indonesia: Himpunan Fatwa-Fatwa Aktual*, hlm. 292-293.

Meski demikian, terdapat ketegangan normatif yang perlu diperhatikan. Ketika persenan sepenuhnya diposisikan sebagai instrumen bisnis, semangat filantropi Islami yang mengedepankan ketulusan tanpa pamrih (*li wajhillah*) menjadi terkikis. Inilah persoalan dimensi niat (*niyyah*) yang membedakan ibadah sosial bernilai tinggi dengan strategi komersial yang dikemas secara religius. Sebagaimana ditegaskan dalam kajian tentang loyalitas pelanggan berbasis syariah, bonus atau hadiah yang diberikan semata-mata demi mengikat pelanggan tanpa landasan nilai keikhlasan berpotensi mereduksi praktik tersebut menjadi sekadar alat persaingan dagang.³⁷

D. Penutup

Berdasarkan hasil kajian yang telah diuraikan, dapat ditarik dua kesimpulan pokok. **Pertama**, tradisi pemberian persenan oleh pedagang sembako di Pasar Randugunting Tegal merupakan praktik yang kaya akan makna dan motif. Para pedagang memaknainya sebagai tradisi yang wajib dilestarikan, ekspresi terima kasih kepada pelanggan setia, sarana mempererat silaturahmi, sekaligus strategi mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Kedua, ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah: (a) sebagai zakat fitrah maupun zakat perdagangan, persenan tidak memenuhi seluruh syarat yang ditetapkan syariat; (b) sebagai sedekah dan infak, persenan sah namun kurang sempurna karena penerima yang lebih utama adalah keluarga, kerabat, dan kaum yang membutuhkan; (c) persenan paling tepat dikategorikan sebagai hibah yang sah karena memenuhi rukun dan syaratnya; (d) sebagai strategi promosi, persenan halal dan sah selama memenuhi ketentuan fatwa MUI; dan (e) terdapat potensi pergeseran nilai ketika orientasi komersial mendominasi, persenan berisiko kehilangan dimensi ibadah sosialnya.

Penelitian ini merekomendasikan agar para pedagang sembako yang mempraktikkan persenan senantiasa meluruskan niat dan memastikan pemberiannya memenuhi standar syar'i, sehingga nilai ibadah dalam tradisi ini tetap terjaga. Bagi peneliti selanjutnya, kajian serupa dapat dilakukan dengan cakupan yang lebih luas untuk menggambarkan peta tradisi persenan di berbagai pasar tradisional di Indonesia.

³⁷Wahyu Akbar dan Rina Destiana, "Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah: Kajian atas Tradisi Pemberian Bonus di Pasar Tradisional", *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* Vol. 9 No. 1 (2024), hlm. 62.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Hafidz, Ahsin W. Kamus Ilmu Al-Qur'an, Edisi Revisi. Jakarta: Amzah, 2023.
- Al-Nawawi, Yahya ibn Sharaf. Riyadh al-Shalihin. Terj. Muslich Shabir. Semarang: Karya Toha Putra, 2023.
- Anshori, Abdul Ghofur. Hukum Perjanjian Islam di Indonesia, Cet. 2. Yogyakarta: UGM Press, 2023.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad dan Abdul Wahhab Sayyed Hawwas. Fiqh Ibadah, Cet. 3. Jakarta: Amzah, 2022.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi V. Jakarta: Kemendikbud, 2023.
- Dahlan, Abdul Aziz, et al. Ensiklopedi Hukum Islam, Edisi Terbaru. Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, 2023.
- Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Bandung: Syaamil Al-Qur'an, 2023.
- Haroen, Nasrun. Fiqh Muamalah, Edisi Revisi. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2022.
- Hasan, M. Ali. Fikih Muamalah Kontemporer. Jakarta: Rajawali Pers, 2023.
- Karim, Adiwarman Azhar. Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer. Jakarta: Gema Insani, 2024.
- Mardani. Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia. Bandung: Refika Aditama, 2022.
- Muflih, Muhammad. Konsumen Muslim: Perilaku dan Etika Konsumsi dalam Islam. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2023.
- Munawwir, Ahmad Warson. Al-Munawwir: Kamus Arab-Indonesia. Surabaya: Pustaka Progressif, 2022.
- Nurdin, Ismail. Etika Bisnis Islam: Prinsip dan Implementasi. Yogyakarta: Deepublish, 2023.
- Qal'aji, Muhammad. Mu'jam Lughat al-Fuqaha. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 2022.
- Rasyid, M. Hamdan. Fiqih Indonesia: Himpunan Fatwa-Fatwa Aktual, Cet. 2. Jakarta: Al-Mawardi Prima, 2022.
- Rozalinda. Fikih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah. Jakarta: Rajawali Pers, 2022.
- Sabiq, Sayyid. Fiqh al-Sunnah. Terj. Abu Aulia. Jakarta: Republika Penerbit, 2023.
- Sahabuddin, et al. Ensiklopedia Al-Qur'an: Kajian Kosa Kata. Jakarta: Lentera Hati, 2022.
- Wahbah al-Zuhayli. Fiqh Islam wa Adillatuhu. Terj. Abdul Hayyie al-Kattani, Jilid 5. Jakarta: Gema Insani, 2022.

Jurnal

- Akbar, Wahyu dan Rina Destiana. *"Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah: Kajian atas Tradisi Pemberian Bonus di Pasar Tradisional"*. Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Vol. 9 No. 1 (Januari 2024). Hlm. 55-71.
- Azizah, Fatimah Nur dan Siti Munawaroh. *"Konsep Hibah dalam Fiqh Muamalah Kontemporer: Antara Filantropi dan Instrumen Bisnis"*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 10 No. 1 (2024). Hlm. 815-828.
- Huda, Nurul dan Ahmad Maulidizen. *"Praktik Promosi Penjualan di Pasar Rakyat: Perspektif Maqashid Syariah"*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 9 No. 1 (Juni 2023). Hlm. 87-103.
- Khoirudin, Ahmad Yusuf dan Moh. Roqib. *"Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Pemberian Hadiah dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional"*. Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Vol. 6 No. 1 (Juni 2024). Hlm. 45-62.

Ridwan, Muhammad. *"Perilaku Konsumen Muslim dan Implikasinya terhadap Strategi Pemasaran Berbasis Syariah"*. Al-Falah: Journal of Islamic Economics Vol. 9 No. 2 (Desember 2024). Hlm. 112-129.