

PENYULUHAN HUKUM JUAL BELI MENURUT HUKUM BISNIS DAN SYARIAH BAGI MASYARAKAT MUSLIM DI KELURAHAN CEMPAKA BARU KEMAYORAN JAKARTA PUSAT

Endang Purwaningsih¹⁾, Irfan Islami²⁾, Haban Rofiq³⁾,

^{1,2,3)}Sekolah Pascasarjana Universitas YARSI Jakarta

E-mail : e.purwaningsih@yarsi.ac.id

ABSTRACT

With the condition of a plural society and the majority of Moslems, the Moslems also needs to be equipped with knowledge about trading law either based on business law and sharia, which may be applied in transactions every day in trading activities. Need awareness and legal provisions in the economic world being more global, so that Moslems understand more about a law and do not become victims of adverse transactions. It is caused the law awareness and law knowledge of the Moslems in Cempaka Baru is still quite low. So, it is necessary to conduct empowerment through law counseling in order to improve their awareness of law either in business transactions or positive law and sharia and the right empowerment model to apply to the Moslems in Cempaka Baru. This counseling and training activities were done with lecturing and training by giving pre-test and post-test, which were held cooperating with village officials of Cempaka Baru, Kemayoran, Central Jakarta. Empowerment effort which was conducted to the Muslims related to the efforts of improving their awareness of law either in business transactions or positive law and sharia is the active participation of citizens and officials and helping hands by campus parties and related institutions. The right empowerment model to apply to the Moslems in Cempaka Baru is through socialization, education, and training and accompanied by the officials and campus, as well as the importance of active participation of Moslems themselves.

Keywords : law counseling, trade, business law, sharia, the Moslems

1. PENDAHULUAN

Dengan kondisi masyarakat yang plural dan sebagian besar muslim, maka masyarakat muslim pun perlu dibekali pengetahuan tentang hukum jual beli baik menurut hukum bisnis maupun syariah, yang mungkin saja diberlakukan dalam transaksi tiap hari dalam kegiatan perdagangan. Perlu penyadaran dan bekal hukum dalam dunia ekonomi yang makin meng-global, supaya warga masyarakat muslim makin paham hukum dan tidak menjadi korban dari transaksi yang merugikan.

Tingkat kesadaran hukum dan pertumbuhan ekonomi diharapkan akan mampu mengurangi kesenjangan masyarakat, yang tentu saja sangat tergantung pada warga masyarakat itu sendiri. Masyarakat sangat tergantung pada keluarga-keluarga /rumahtangga. Peningkatan kesejahteraan melalui upaya pemberdayaan keluarga merupakan terobosan untuk mempercepat transformasi kegiatan non sosial ekonomi menjadi usaha ekonomi. Pemberdayaan keluarga di bidang ekonomi bertujuan untuk menumbuhkan dan meningkatkan minat, semangat, dan keterampilan keluarga dalam bidang usaha ekonomi produktif. Cara dan langkah paling

efektif dapat diterapkan dalam rangka membangun keluarga yang mandiri, sadar hukum dan sejahtera melalui pemberdayaan keluarga. Keberdayaan ekonomi keluarga menjadi suatu cerminan keberdayaan ekonomi masyarakat maupun bangsa. Keluarga yang secara mental dan spiritual siap untuk berwira usaha, dididik keterampilan dan kemampuan berwirausaha sesuai dengan minat dan bakatnya, perlu pula diberi pengetahuan tentang manajemen atau pengelolaan usaha, teknik pemasaran dan membangun jaringan usaha demi kelangsungan hidup wira usaha yang bersangkutan. Selanjutnya pemberian modal usaha baru dapat diberikan sesuai dengan kemampuan dan kapasitas produksinya. ([https://mardiya.wordpress.com/2010/12/10/membangun-keluarga-mandiri-dan-sejahtera-melalui-pemberdayaan-ekonomi-keluarga-oleh-drs-mardiya-dan-ir-sudarmi/diakses 1 Maret 2016](https://mardiya.wordpress.com/2010/12/10/membangun-keluarga-mandiri-dan-sejahtera-melalui-pemberdayaan-ekonomi-keluarga-oleh-drs-mardiya-dan-ir-sudarmi/diakses%201%20Maret%202016)). Rumahtangga dalam konsep ekonomi (*household*) yang *notabene* masih awam perlu diberikan edukasi baik bersifat sosialisasi regulasi maupun penyuluhan.

Rendahnya kesadaran hukum dapat disebabkan oleh kurangnya sosialisasi hukum, kurangnya akses masyarakat tentang informasi hukum dan budaya

masyarakat itu sendiri. Untuk itu diperlukan upaya untuk membuka wawasan pengetahuan hukum warga masyarakat agar lebih memahami akan hukumnya sendiri, upaya hukum yang dapat dilakukan apabila terjadi sengketa, maupun untuk tujuan peningkatan kesadaran hukum agar warga makin taat hukum dan melek hukum.

Warga masyarakat muslim yang berada di Cempaka Baru Kecamatan Kemayoran sebagai subyek dan mitra pengabdian merupakan masyarakat awam yang secara umum belum memperoleh pengetahuan maupun wawasan tentang hukum jual beli, baik secara hukum positif maupun syariah.

Mengingat kesadaran hukum dan pengetahuan hukum masyarakat muslim Cempaka Baru masih cukup rendah, tentu ada baiknya jika dilakukan penyuluhan hukum jual beli guna lebih mensosialisasikan dan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran hukum warga masyarakat muslim Kelurahan Cempaka Baru. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan mitra yang disikapi adalah bagaimana upaya pemberdayaan dilakukan terhadap masyarakat muslim terkait upaya meningkatkan kesadaran hukum dalam transaksi bisnis baik menurut hukum positif maupun Hukum Islam.

2. METODE KEGIATAN

Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan metode-metode berikut.

1. Metode ceramah

Metode ini digunakan untuk menyampaikan materi penyuluhan yang bersifat kognitif seperti dalam pembentukan sadar hukum, wira usaha dan sadar lingkungan. Pelaksanaan metode ini digunakan waktu sebanyak 40% untuk ceramah atau penyampaian materi, sedangkan sisanya 60% digunakan untuk diskusi dan tanya jawab.

2. Metode Pelatihan

Dalam metode ini, kegiatan utama yang akan dilaksanakan adalah pembimbingan dan pelatihan bagi para peserta untuk membuat atau meningkatkan keterampilan yang sudah dikuasainya.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan 2 (dua) kali kegiatan baik di kantor kelurahan maupun di rumah warga Cempaka Baru. Kelurahan Cempaka Baru terdiri atas 138 RT sehingga lebih efektif jika dilaksanakan bertahap. Tim Sekolah Pascasarjana Universitas YARSI (SPS UY) bekerjasama dengan mitra yakni warga masyarakat muslim dan aparat

kelurahan serta IAEI, juga dengan Fakultas Hukum Universitas YARSI.

Kegiatan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan mitra adalah:

- a. Membangun hubungan yang positif dengan Pemda khususnya aparat kelurahan, serta secara aktif bekerjasama dengan RT/RW, dan melakukan sosialisasi bahwa tim membantu membentuk keluarga dalam peningkatan pengetahuan dan kesadaran hukum
- b. Melakukan koordinasi dengan aparat desa
- c. Memberikan *Pre Test*
- d. Memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada aparat desa terlebih dahulu, berupa penyegaran materi
- e. Memberikan penyuluhan dan pelatihan langsung ke sasaran pokok yakni warga masyarakat muslim
- f. Memberikan *Post Test*
- g. Membuat model berdasarkan *need assesment*

Dalam melaksanakan kegiatan di atas, tidak dapat dilepaskan dari partisipasi mitra dan masyarakat setempat sebagai obyek yang disasar sekaligus sebagai subyek pengabdian. Mitra dan masyarakat akan membantu diri sendiri dengan penyadaran diri dan lingkungannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi data Pretest dan Posttest

1. Deskripsi data Pretest

Jumlah peserta pengabdian ini 72 orang dan data diambil dalam 2 tahapan dan dua kegiatan.

Berdasarkan hasil pretest yang telah dilakukan kepada khalayak sasaran sebelum pelaksanaan pengabdian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1 Analisis Deskriptif No 1 s.d.7 Pretest

	No_1	No_2	No_3	No_4	No_5	No_6	No_7
N Valid	72	72	72	72	72	72	72
Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean	2.3611	2.1944	2.3611	2.0694	2.0833	1.9861	2.0000
Median	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000
Mode	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
Std. Deviation	.84429	.70489	.71809	.67816	.72675	.56899	.60514
Variance	.713	.497	.516	.460	.528	.324	.366
Skewness	.380	.202	.741	.473	.777	-.003	.784
Std. Error of Skewness	.283	.283	.283	.283	.283	.283	.283
Kurtosis	-.345	-.021	.371	.726	1.131	.228	2.584
Std. Error of Kurtosis	.559	.559	.559	.559	.559	.559	.559
Range	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	3.00
Minimum	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Maximum	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Berdasarkan data di atas, mayoritas khalayak sasaran pengabdian kepada masyarakat tentang “penyuluhan hukum jual beli secara syariah dan hukum bisnis” belum memami konsep hukum jual beli secara syariah dan hukum bisnis, terbukti dari 7 butir pertanyaan yang disampaikan, mayoritas mendapatkan skor (1-2) yaitu antara sangat tidak paham hingga tidak paham.

2. Deskripsi data Posttest

Setelah dilakukan penyuluhan, dengan menggunakan metode ceramah, tanya jawab, dan penyelesaian kasus, pemahaman khalayak sasaran semakin meningkat. Peningkatan pemahaman mereka dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2 Analisis Deskriptif No 1 s.d.7 Posttest

	No_1_ post-test	No_2_ post-test	No_3_ post-test	No_4_ post-test	No_5_ post-test	No_6_ post-test	No_7_ post-test
N Valid	72	72	72	72	72	72	72
Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4.2500	4.1667	4.2778	4.0417	4.0278	3.9861	3.9722
Median	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
Mode	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation	.66608	.65003	.56224	.61524	.60450	.56899	.53001
Variance	.444	.423	.316	.379	.365	.324	.281
Skewness	-.331	-.176	-.020	-.023	-.011	-.003	-.033
Std. Error of Skewness	.283	.283	.283	.283	.283	.283	.283
Kurtosis	-.744	-.627	-.454	-.266	-.158	.228	.728
Std. Error of Kurtosis	.559	.559	.559	.559	.559	.559	.559
Range	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
Minimum	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Maximum	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa skor yang diperoleh oleh khalayak sasaran pengabdian kepada masyarakat sudah meningkat dengan rata-rata antara 3-4 (cukup paham hingga paham).

3. Perbandingan antara pretest dan posttest

Perbandingan rata-rata mean antara pretest dan posttest dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3
Rata-Rata Skor Butir No 1 S.D.7
Antara Pretest dan Posttest

	No_1_	No_2_	No_3_	No_4_	No_5_	No_6_	No_7_
Mean Pretest	2,3	2,1	2,3	2,0	2,0	1,9	2,0
Mean Posttest	4,2	4,1	4,2	4,0	4,0	3,9	3,9

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Tabel di atas, apabila digambarkan dalam bentuk diagram garis tampak sebagai berikut.

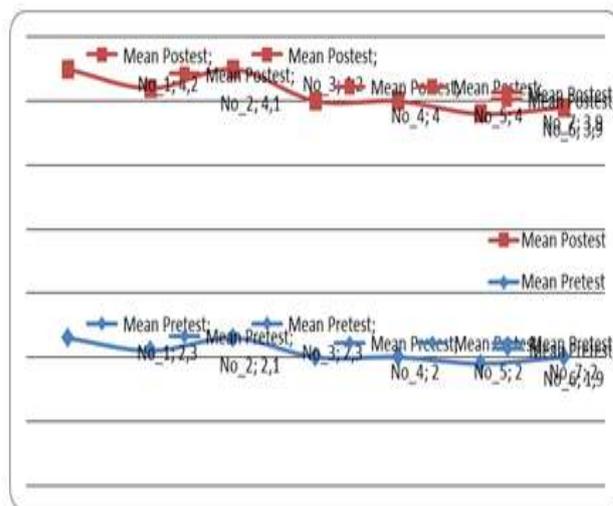


Diagram 1

Perbandingan rata-rata skor butir No 1 s.d. 7 antara pre dan posttest

Data di atas menunjukkan bahwa:

1. Butir no 1 tentang syarat syahnya perjanjian dalam rangka transaksi bisnis terjadi peningkatan hampir dua digit, dari rata-rata skor 2,3 (tidak paham) menjadi rata-rata skor 4,2 (paham).
2. Butir no 2 tentang e-commerce juga terjadi peningkatan dari rata-rata skor 2,1 (tidak paham) menjadi rata-rata skor 4,1 (paham).
3. Butir No 3 tentang wanprestasi, ganti rugi, dan somasi juga terjadi peningkatan dari rata-rata skor 2,3 (tidak paham) menjadi rata-rata skor 4,2 (paham)
4. Butir No 4 tentang konsep jual beli murobahah uga terjadi peningkatan dari rata-rata skor 2,0 (tidak paham) menjadi rata-rata skor 4,0 (paham)
5. Butir No 5 tentang konsep jual beli salam juga terjadi peningkatan dari rata-rata skor 2,0 (tidak paham) menjadi rata-rata skor 4,0 (paham)
6. Butir No 6 tentang jual beli istishna juga terjadi peningkatan dari rata-rata skor 1,9 (tidak paham) menjadi rata-rata skor 3,9 (paham)
7. Butir No 7 tentang jual beli wafa' juga terjadi peningkatan dari rata-rata skor 2,0 (tidak paham) menjadi rata-rata skor 3,9 (paham)

Adapun perbandingan skor total hasil pretest dan posttest dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4
Analisis Deskriptif Skor total Pretest dan posttest

	Total_pretest	Total_Postest
N Valid	72	72
Missing	0	0
Mean	15.0556	28.7222
Median	14.0000	28.0000
Mode	14.00	28.00
Std. Deviation	3.76002	3.32817
Variance	14.138	11.077
Skewness	.544	.222
Std. Error of Skewness	.283	.283
Kurtosis	.518	.173
Std. Error of Kurtosis	.559	.559
Range	18.00	14.00
Minimum	7.00	21.00
Maximum	25.00	35.00

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa skor total pretest hanya 15 dari skor total 35, sementara itu setelah pemberian penyuluhan rata-rata skor total mereka meningkat menjadi 28,7 dari skor total 35. Dengan demikian terjadi peningkatan pemahaman yang berarti antara sebelum dan sesudah pengabdian kepada masyarakat. Dengan kata lain, pemahaman khalayak sasaran tentang hukum jual beli secara syariah dan hukum bisnis meningkat secara berarti. Hal ini dapat dimaknai, penyuluhan hukum jual beli secara syariah dan hukum bisnis terhadap masyarakat memberikan manfaat bagi masyarakat.

Secara lebih detail, peningkatan indikator demi indikator pemahaman hukum jual beli secara syariah dan hukum bisnis dapat dilihat dari rincian analisis berikut.

B. Pemahaman Syarat Syahnya Perjanjian Transaksi Bisnis

Pemahaman khalayak sasaran mengenai syarat syahnya perjanjian transaksi bisnis antara sebelum dan sesuai penyuluhan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5 Analisis Deskriptif No_1 Pretest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	9	12.5	12.5	12.5
2.00	36	50.0	50.0	62.5
3.00	19	26.4	26.4	88.9
4.00	8	11.1	11.1	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Tabel 6 Analisis Deskriptif No_1_postest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	9	12.5	12.5	12.5
4.00	36	50.0	50.0	62.5
5.00	27	37.5	37.5	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Berdasarkan kedua tabel di atas dapat dibandingkan pemahaman masyarakat tentang syarat syahnya perjanjian transaksi bisnis antar sebelum dan sesudah penyuluhan. Pemahaman masyarakat tentang syarat syahnya perjanjian transaksi bisnis sebelum penyuluhan mayoritas menjawab 1 dan 2 (sangat tidak paham dan tidak paham) yaitu sebanyak 45 orang (62,5%), hanya 27 orang yang menjawab cukup paham dan paham. Sementara itu, setelah penyuluhan tidak ada seorang pun yang menjawab sangat tidak paham dan tidak paham (skor 1 an 2). Seluruhnya telah menjawab cukup paham dan sangat paham (skor antara 3-5). Peserta yang menjawab cukup paham sebanyak 9 orang, menjawab paham sebanyak 36 orang, dan menjawab sangat paham sebanyak 27 orang.

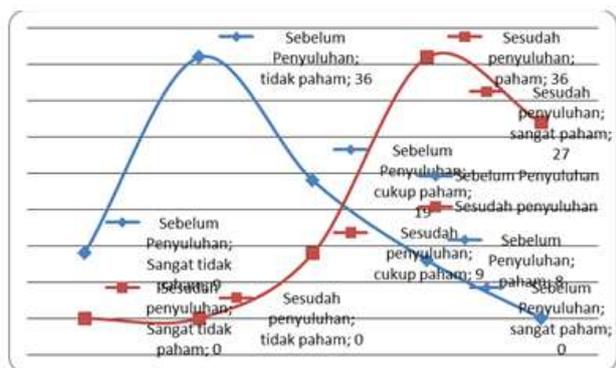


Diagram 2

Perbandingan paham peserta tentang syarat syahnya perjanjian dalam rangka transaksi bisnis antara pre dan posttest

C. Pemahaman e-Commerce

Pemahaman khalayak sasaran mengenai e-commerce antara sebelum dan sesuai penyuluhan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7 Analisis Deskriptif No_2 Pretest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	10	13.9	13.9	13.9
2.00	40	55.6	55.6	69.4
3.00	20	27.8	27.8	97.2
4.00	2	2.8	2.8	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Tabel 8 Analisis Deskriptif No_2_posttest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	10	13.9	13.9	13.9
4.00	40	55.6	55.6	69.4
5.00	22	30.6	30.6	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa pemahaman peserta berkaitan dengan e-commerce terjadi peningkatan antara sebelum dan sesudah penyuluhan. Sebelum penyuluhan terlihat bahwa masih ada 50 orang yang sangat tidak paham dan tidak paham

(55,6%). Hanya ada 22 orang (30,6%) yang sudah paham. Sementara itu, setelah penyuluhan tidak ada seorang pun yang belum paham, sementara itu jumlah peserta yang cukup paham sebanyak 10 orang (13,9%), paham sebanyak 40 orang (55%) dan sangat paham sebanyak 22 orang (30%). Apabila digambarkan dalam bentuk grafik tampak sebagai berikut.

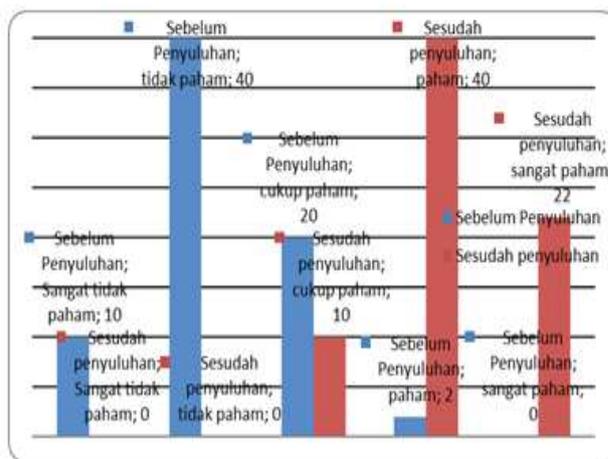


Diagram 3

Perbandingan paham peserta tentang e-commerce antara pre dan posttest

Diagram diatas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman e-commerce yang sangat berarti antara sebelum dan sesudah penyuluhan. Pemahaman peserta tentang e-commerce sangat meningkat.

D. Pemahaman wanprestasi, ganti rugi, dan somasi

Pemahaman khalayak sasaran mengenai wanprestasi, ganti rugi, dan somasi antara sebelum dan sesuai penyuluhan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9 Analisis Deskriptif No_3 pretest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	4	5.6	5.6	5.6
2.00	44	61.1	61.1	66.7
3.00	18	25.0	25.0	91.7
4.00	6	8.3	8.3	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Tabel 10 Analisis Deskriptif No_3_postest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	4	5.6	5.6	5.6
4.00	44	61.1	61.1	66.7
5.00	24	33.3	33.3	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

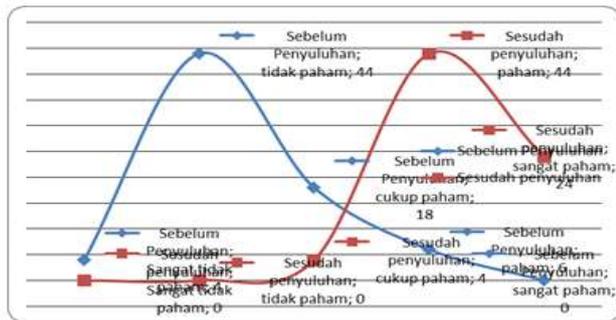


Diagram 4

Perbandingan paham peserta tentang wanprestasi, ganti rugi, dan somasi antara pre dan posttest

Berdasarkan tabel dan diagram di atas dapat dipahami bahwa terjadi peningkatan pemahaman peserta tentang wanprestasi, ganti rugi, dan somasi yang sangat berarti antara sebelum dan sesudah penyuluhan. Sebelum penyuluhan, jumlah peserta yang menjawab sangat tidak paham 4 orang, dan menjawab tidak paham sebanyak 44 orang, menjawab paham cukup paham sebanyak 18 orang dan paham sebanyak 6 orang. Setelah penyuluhan, pemahaman peserta tentang wanprestasi, ganti rugi, dan somasi menjawab cukup paham sebanyak 4 orang, paham 44 orang, dan sangat tidak paham sebanyak 24 orang.

E. Pemahaman Konsep Jual Beli Murobahah

Pemahaman khalayak sasaran mengenai jual beli murobahah antara sebelum dan sesuai penyuluhan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 11 Analisis Deskriptif No_4 Pretest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	12	16.7	16.7	16.7
2.00	45	62.5	62.5	79.2
3.00	13	18.1	18.1	97.2
4.00	2	2.8	2.8	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebelum penyuluhan, jumlah peserta yang menjawab sangat tidak paham sebanyak 12 orang (16,7%), menjawab tidak paham sebanyak 45 orang (62,5%), menjawab cukup paham sebanyak 13 orang (18,1%) dan menjawab paham sebanyak 2 orang (2,8%)

Tabel 12 Analisis Deskriptif No_4_postest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	12	16.7	16.7	16.7
4.00	45	62.5	62.5	79.2
5.00	15	20.8	20.8	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Setelah pemberian penyuluhan, berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa, jumlah peserta yang menjawab cukup paham sebanyak 12 orang (16,7%), menjawab paham sebanyak 45 orang (62,5%), dan menjawab sangat paham sebanyak 15 orang (20,8%).

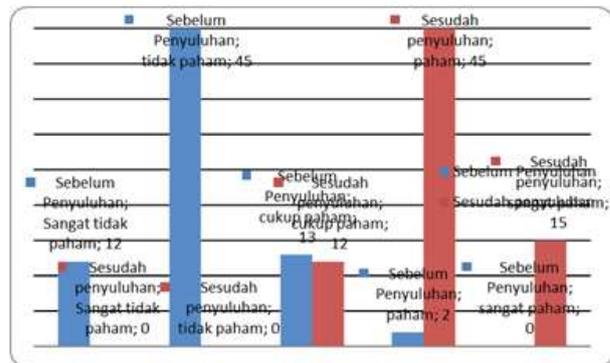


Diagram 5

Perbandingan paham peserta tentang konsep jual beli murobahah antara pre dan posttest

Diagram di atas memberikan keyakinan bahwa telah terjadi peningkatan pemahaman konsep jual beli murobahah yang sangat signifikan antara sebelum dan sesudah penyuluhan, di mana jumlah peserta yang paham dari 2 orang sebelum penyuluhan menjadi 45 orang. Begitu pula, jumlah peserta yang mengatakan sangat paham dari tidak ada pada saat sebelum penyuluhan dan bertambah menjadi 15 orang setelah penyuluhan.

F. Pemahaman Konsep Jual beli Salam

Pemahaman khalayak sasaran mengenai konsep jual beli salam antara sebelum dan sesuai penyuluhan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 13 Analisis Deskriptif No_5 Pretest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	12	16.7	16.7	16.7
2.00	46	63.9	63.9	80.6
3.00	10	13.9	13.9	94.4
4.00	4	5.6	5.6	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Tabel 14 Analisis Deskriptif No_5_postest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	12	16.7	16.7	16.7
4.00	46	63.9	63.9	80.6
5.00	14	19.4	19.4	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebelum penyuluhan, jumlah peserta yang menjawab sangat tidak paham sebanyak 12 orang (16,7%), menjawab tidak paham sebanyak 46 orang (63,9%), menjawab cukup paham sebanyak 10 orang (13,9%) dan menjawab paham sebanyak 4 orang (5,6%).

Setelah pemberian penyuluhan, berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa, jumlah peserta yang menjawab cukup paham sebanyak 12 orang (16,7%), menjawab paham sebanyak 46 orang (63,9%), dan menjawab sangat paham sebanyak 14 orang (19,4%).

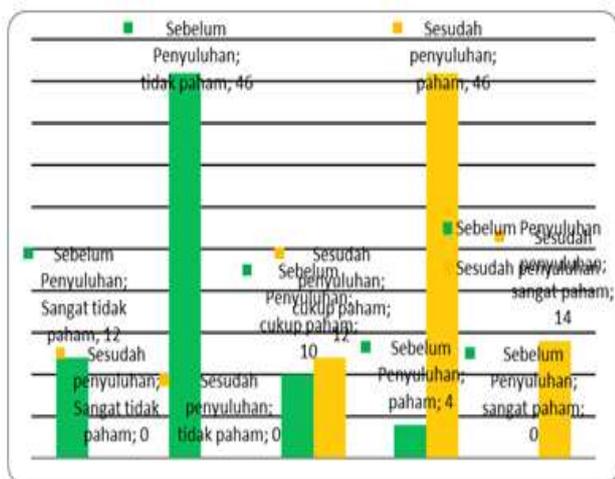


Diagram 6

Perbandingan pemahaman peserta tentang konsep jual beli Salam antara pre dan posttest

Diagram di atas memberikan informasi yang sangat menarik, bahwa telah terjadi peningkatan pemahaman konsep jual beli salam yang sangat signifikan antara sebelum dan sesudah penyuluhan, di mana jumlah peserta yang paham tentang konsep jual beli salam dari 4 orang sebelum penyuluhan menjadi 45 orang. Begitu pula, jumlah peserta yang mengatakan sangat paham terhadap konsep jual beli salam dari tidak ada pada saat sebelum penyuluhan dan bertambah menjadi 14 orang setelah penyuluhan.

G. Pemahaman Konsep Jual beli Istisna

Pemahaman khalayak sasaran mengenai konsep jual beli istisna antara sebelum dan sesudah penyuluhan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 15 Analisis Deskriptif No_6 Pretest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	12	16.7	16.7	16.7
2.00	49	68.1	68.1	84.7
3.00	11	15.3	15.3	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Tabel 16 Analisis Deskriptif No_6_postest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	12	16.7	16.7	16.7
4.00	49	68.1	68.1	84.7
5.00	11	15.3	15.3	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Berdasarkan tabel di atas, beberapa hal yang layak dipahami bahwa sebelum penyuluhan jumlah peserta yang sangat tidak paham akan konsep jual beli istisna yaitu sebanyak 12 orang (16,7%), jumlah peserta yang belum paham sebanyak 49 orang (68,1%), jumlah peserta yang sudah paham baru sebanyak 11 orang (15,3%).

Setelah dilakukan penyuluhan, jumlah peserta yang sangat tidak paham dan tidak paham menjadi tidak ada sama sekali. Jumlah peserta yang menjawab cukup paham sebanyak 12 orang (16,7%), menjawab paham sebanyak 49 orang (68,1%), dan menjawab sangat paham sebanyak 11 orang (15,3%).

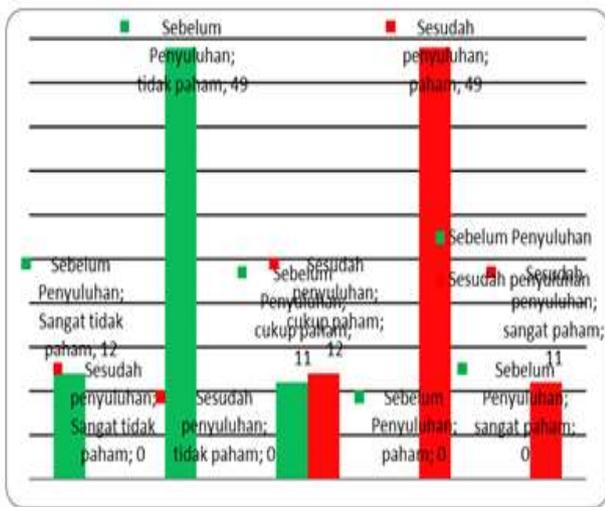


Diagram 7

Perbandingan pemahaman peserta tentang konsep jual beli Istishna antara pre dan posttest

Diagram di atas memberikan pemahaman bahwa penyuluhan yang berkaitan dengan konsep jual beli istishna sangat bermanfaat, karena mampu mengubah pemahaman peserta dari sangat tidak paham (12 orang) menjadi tidak ada satupun yang tidak paham setelah penyuluhan. Sedangkan yang menjawab sudah paham dari tidak ada sebelum penyuluhan menjadi 49 orang sesudah penyuluhan, dan yang menjawab sangat paham dari tidak ada saat sebelum penyuluhan, menjadi 11 orang setelah penyuluhan.

H. Pemahaman Konsep Jual beli Wafa'

Pemahaman khalayak sasaran mengenai konsep jual beli wafa' antara sebelum dan sesudah penyuluhan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 17 Analisis Deskriptif No_7 Pretest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	11	15.3	15.3	15.3
2.00	52	72.2	72.2	87.5
3.00	7	9.7	9.7	97.2
4.00	2	2.8	2.8	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Tabel 18 Analisis Deskriptif No_7_posttest

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	11	15.3	15.3	15.3
4.00	52	72.2	72.2	87.5
5.00	9	12.5	12.5	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Sumber: Data hasil pengabdian Januari 2017

Berdasarkan tabel di atas, ada beberapa hal yang layak digarisbawahi, yaitu bahwa sebelum penyuluhan jumlah peserta yang sangat tidak paham akan konsep jual beli wafa' yaitu sebanyak 11 orang (15,3%), jumlah peserta yang belum paham sebanyak 52 orang (72,2%), jumlah peserta yang sudah cukup paham baru sebanyak 7 orang (9,7%) dan yang sudah paham hanya sebanyak 2 orang (2,8%).

Setelah dilakukan penyuluhan, jumlah peserta yang sangat tidak paham dan tidak paham menjadi tidak ada sama sekali. Jumlah peserta yang menjawab cukup paham sebanyak 11 orang (15,3%), menjawab paham sebanyak 52 orang (72,2%), dan menjawab sangat paham sebanyak 9 orang (12,5%).

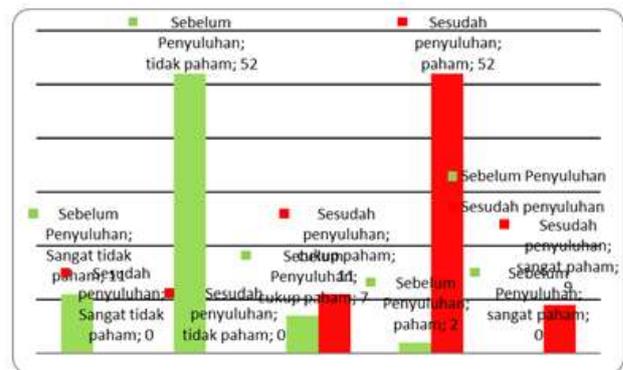


Diagram 8

Perbandingan pemahaman peserta tentang konsep jual beli Wafa' antara pre dan posttest

Diagram di atas menegaskan kembali bahwa jumlah peserta yang cukup paham meningkat dari 7 orang menjadi 11 orang setelah penyuluhan, jumlah peserta yang paham dari 2 orang sebelum penyuluhan, menjadi 52 orang setelah penyuluhan, dan jumlah peserta yang sangat paham dari tidak seorang pun pada saat sebelum penyuluhan meningkat menjadi 9 orang setelah penyuluhan.

Masyarakat perlu diberi edukasi, dan perlu perhatian dari berbagai pihak, agar menjadi masyarakat yang berdaya. Upaya pemberdayaan yang dilakukan terhadap masyarakat muslim terkait upaya meningkatkan kesadaran hukum dalam transaksi bisnis baik menurut hukum positif maupun hukum islam adalah dengan partisipasi aktif warga dan aparat dan uluran tangan pihak kampus maupun institusi terkait. Model pemberdayaan yang tepat untuk diterapkan pada masyarakat muslim Cempaka Baru adalah dengan memberi sosialisasi, edukasi dan pelatihan serta pendampingan oleh aparat dan kampus, selain juga pentingnya partisipasi aktif warga muslim itu sendiri. Berdasarkan gambaran tingkat pemahaman tersebut, perlu kerjasama yang

berlanjut antara kampus SPS UY dengan aparat Kelurahan di samping peran aktif warga masyarakat dan aparat kelurahan termasuk institusi pemerintah terkait untuk meningkatkan pengetahuan hukum transaksinya dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.



4. KESIMPULAN

1. Upaya pemberdayaan yang dilakukan terhadap masyarakat muslim terkait upaya meningkatkan kesadaran hukum dalam transaksi bisnis baik menurut hukum positif maupun hukum islam adalah dengan partisipasi aktif warga dan aparat dan uluran tangan pihak kampus maupun institusi terkait.
2. Model pemberdayaan yang tepat untuk diterapkan pada masyarakat muslim Cempaka

Baru adalah dengan memberi sosialisasi, edukasi dan pelatihan serta pendampingan oleh aparat dan kampus, selain juga pentingnya partisipasi aktif warga muslim itu sendiri

5. REFERENSI

- Komite Ekonomi Nasional, 2012, *Prospek Ekonomi Indonesia 2012: Terus Tumbuh di Tengah Ketidakpastian Global*.
- Kuncoro, Mudrajad, 2006, *Ekonomi Pembangunan, Teori, Masalah dan Keajaiban*, Yogyakarta: .
- UPP STM YKPN, Purwaningsih, Endang. 2012, "Model Pemberdayaan *Indigenous People* dalam rangka Perlindungan Hukum terhadap *Traditional Knowledge* Indonesia," *Laporan Penelitian HIKOM peneliti 2012*, Jakarta: Dirjen Dikti, DP2M.
- Purwaningsih, Endang. 2009, *Hukum Bisnis*, Jakarta: Ghalia Yudistira
- Soenyono, 2011, *Pemberdayaan Masyarakat Miskin*, Surabaya: Jengala Pustaka Utama
- Tambunan, Tulus TH, 2003, *Perekonomian Indonesia, Beberapa Permasalahan Penting*, Jakarta: Ghalia Indonesia,