

Analisis Penggunaan Label Syariah pada Bisnis Penjualan Tanah Kavling Syariah di Al Azzam Ressort Bollangi Kabupaten Gowa

Fadlan Sahabuddin¹

¹ Universitas Muhammadiyah Makassar

Email: fadlansahabuddin@gmail.com

Muhammad Ridwan²

² Universitas Muhammadiyah Makassar

Email: muhridwan@unismuh.ac.id

Siti Walida Mustamin³

³ Universitas Muhammadiyah Makassar

Email: walidamustamin@unismuh.ac.id

Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada evaluasi implementasi sertifikasi syariah pada aktivitas penjualan unit tanah di Al Azzam Resort Bollangi, sebuah proyek yang berada di bawah koordinasi PT. Iltizam Mandala Syariah. Prioritas kajian ini adalah untuk menginvestigasi mekanisme pengintegrasian prinsip-prinsip syariah dalam seluruh siklus transaksi, mencakup aspek-aspek mulai dari strategi pemasaran awal hingga finalisasi perjanjian jual beli, sekaligus mengidentifikasi hambatan-hambatan yang muncul selama proses penerapan. Pendekatan kualitatif diadopsi dalam studi ini untuk menyajikan deskripsi komprehensif mengenai penerapan label syariah dalam penjualan unit tanah secara syariah di Al Azzam Resort Bollangi. Pengumpulan data dilaksanakan melalui sesi wawancara mendalam dengan para pemangku kepentingan perusahaan dan para pembeli, serta dilakukan observasi lapangan secara langsung. Penerapan penandaan syariah dalam transaksi penjualan unit tanah di Al Azzam Resort Bollangi telah selaras dengan kaidah-kaidah muamalah dalam Islam, khususnya terkait dengan kejelasan kontrak, keterbukaan informasi harga, serta pencegahan praktik ribawi. Meskipun demikian, penguatan penyuluhan bagi para konsumen merupakan elemen krusial guna menyempurnakan pemahaman dan efektivitas implementasi prinsip syariah di periode berikutnya. Hasil penelitian menunjukkan penerapan sistem sertifikasi syariah di Al Azzam Resort Bollangi dilaksanakan secara teratur dan menyeluruh. Semua transaksionalitas ditaati tanpa intervensi institusi finansial konvensional, sehingga mengeliminasi elemen-elemen terlarang seperti riba, bunga, denda, atau pungutan tambahan lainnya. Prosedur jual beli difasilitasi melalui mekanisme yang terstruktur, yang mencakup penyampaian informasi awal, survei lokasi objek, negosiasi harga, dan finalisasi kontrak secara langsung antara pihak penjual dan pembeli tanpa mediasi pihak ketiga. Lebih lanjut, perusahaan tidak mensyaratkan adanya agunan, tidak menerapkan mekanisme penyitaan terhadap keterlambatan pembayaran, serta memfasilitasi penyelesaian sengketa melalui forum musyawarah. Hak kepemilikan atas kavling beralih sepenuhnya kepada pembeli pasca penandatanganan akad.

Kata Kunci: Label Syariah, Tanah Kavling Syariah, Bisnis Penjualan Properti

Abstract

This study aims to analyze the implementation of sharia labels in the practice of land plot sales at Al Azzam Resort Bollangi, one of the projects under the management of PT Iltizam Mandala Syariah. The focus of this research is to examine how sharia principles are applied throughout the transaction process, starting from the initial marketing stage to the execution of the contract (akad), as well as to identify the challenges encountered in its implementation. This research employs a qualitative approach using descriptive methods. Data were collected through in-depth interviews with management representatives and consumers, as well as direct field observations. The practice of using sharia labels in land plot sales at Al Azzam Resort Bollangi is in accordance with the principles of Islamic muamalah, particularly in maintaining clarity of contracts, price transparency, and avoiding elements of riba. Nevertheless, enhancing consumer education remains an important aspect to optimize understanding and ensure the successful implementation of sharia concepts in the future. The results of the study indicate that the implementation of the sharia labeling system at Al Azzam Resort Bollangi is carried out consistently and comprehensively. All transactions are conducted without involving conventional financial institutions, thereby eliminating elements of riba (usury), interest, penalties, or additional charges. The buying and selling process follows a clear flow, including the provision of information, site visits, price negotiations, and the direct execution of the contract between the seller and the buyer without any third-party involvement. The

company also does not require collateral, does not apply confiscation in cases of payment delays, and resolves any issues through deliberation (musyawarah). Full ownership of the land plot is transferred to the buyer after the contract is signed.

Keywords: Sharia Label, Sharia Land Plots, Property Sales Business

PENDAHULUAN

Sektor properti di Indonesia dalam satu dekade terakhir menunjukkan pertumbuhan yang pesat, khususnya pada tren pembelian tanah kavling yang dimanfaatkan sebagai tempat tinggal, sarana usaha, maupun investasi jangka panjang. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat, terutama umat Muslim, untuk menjalankan aktivitas ekonomi sesuai ajaran Islam, konsep properti berbasis syariah mulai berkembang dan diminati. Fenomena ini melahirkan model bisnis yang menggabungkan kepentingan ekonomi dengan nilai-nilai keagamaan, yang ditandai dengan maraknya penjualan tanah kavling berlabel “syariah”. Dalam perspektif ekonomi Islam, setiap transaksi seharusnya terbebas dari unsur riba, gharar, dan maisir, serta menjunjung tinggi prinsip keadilan, transparansi, dan kesepakatan kedua belah pihak melalui akad yang jelas seperti murabahah, ijarah, musyarakah, maupun istishna’.

Dalam praktiknya, masih sering ditemukan ketidaksesuaian antara klaim “syariah” dengan realitas di lapangan, seperti ketidakjelasan akad, adanya penambahan harga tanpa mekanisme transparan, hingga penerapan denda yang menyerupai bunga. Kondisi ini menimbulkan kontradiksi antara konsep ideal syariah dan praktik bisnis aktual. Salah satu contoh yang relevan untuk dikaji adalah Al Azzam Resort Bollangi di Kabupaten Gowa, yang memasarkan kavling dengan label syariah sebagai daya tarik utama bagi konsumen Muslim. Meskipun demikian, tidak semua bisnis berlabel syariah benar-benar menerapkan prinsip ekonomi Islam secara menyeluruh. Permasalahan ini menjadi semakin penting ketika konsumen belum memiliki pemahaman yang memadai terkait prinsip muamalah, sehingga cenderung menerima klaim “syariah” tanpa verifikasi yang kritis.

Kondisi tersebut membuka peluang terjadinya eksploitasi nilai-nilai keagamaan untuk kepentingan komersial. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mendalam dan objektif untuk menelusuri sejauh mana penggunaan label syariah benar-benar diimplementasikan secara substansial. Urgensi penelitian ini semakin meningkat seiring berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia, yang didukung oleh kebijakan pemerintah melalui berbagai lembaga, namun belum diimbangi dengan regulasi spesifik terkait penggunaan label syariah pada sektor non-keuangan seperti properti. Kekosongan regulasi ini berpotensi menimbulkan distorsi informasi bagi konsumen serta merusak kepercayaan terhadap industri properti syariah.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan label syariah dalam praktik penjualan tanah kavling di Al Azzam Resort Bollangi Kabupaten Gowa, dengan menelaah aspek akad, sistem pembayaran, mekanisme transaksi, serta pemahaman konsumen. Penelitian ini juga berupaya menilai kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip fikih muamalah dan etika bisnis Islam, sekaligus mengidentifikasi potensi penyimpangan antara klaim dan praktik di lapangan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis dalam pengembangan kajian ekonomi Islam maupun secara praktis sebagai bahan evaluasi bagi pelaku usaha dan edukasi bagi masyarakat agar lebih kritis dalam memilih produk berlabel syariah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana sistem penggunaan label syariah serta bagaimana praktik bisnis tanah kavling berlabel syariah di Al Azzam Resort Bollangi Kabupaten Gowa. Sejalan dengan itu, tujuan penelitian diarahkan untuk mengetahui dan menganalisis kedua aspek tersebut secara mendalam. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam memperkaya literatur ekonomi syariah, menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, serta memberikan gambaran nyata bagi dunia pendidikan dan pelaku usaha mengenai penerapan prinsip ekonomi Islam

dalam bisnis properti. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pengalaman empiris bagi penulis dalam melakukan analisis terhadap praktik bisnis berbasis syariah.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa label syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan properti, sebagaimana ditemukan dalam penelitian Riskayanti K yang menekankan aspek kuantitatif dan pengaruh label terhadap keputusan konsumen. Sementara itu, penelitian Rifki Ananda Nugraha menegaskan bahwa praktik jual beli kavling dapat sesuai dengan prinsip syariah apabila menggunakan akad yang tepat dan bebas dari riba. Di sisi lain, penelitian Siti Rahma Yanti lebih menyoroti mekanisme transaksi properti syariah dari perspektif ekonomi Islam. Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini lebih menekankan pada analisis kritis terhadap penggunaan label syariah, dengan fokus pada kesesuaian antara klaim dan praktik di lapangan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kajian sebelumnya dengan memberikan penekanan pada aspek substansi dan keaslian penerapan prinsip syariah dalam bisnis properti.

Istilah label syariah dalam konteks bisnis penjualan tanah kavling merujuk pada suatu penanda atau identitas yang menunjukkan bahwa produk, jasa, maupun proses transaksi yang ditawarkan diklaim telah sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Perkembangan ekonomi Islam sendiri mengalami dinamika yang cukup panjang, mulai dari fase kritik terhadap sistem ribawi hingga berkembang menjadi sistem yang lebih komprehensif dalam dua dekade terakhir, mencakup aspek mikro dan makro. Dalam perkembangannya, istilah “syariah” tidak hanya digunakan dalam sektor keuangan, tetapi juga merambah ke berbagai sektor komersial seperti properti, kuliner, hingga gaya hidup, yang menjadikannya sebagai instrumen pemasaran yang kuat bagi konsumen Muslim. Secara bahasa, label berarti tanda atau identitas, sedangkan syariah merujuk pada aturan Ilahi yang bersumber dari Al-Qur’an dan Hadis, sehingga label syariah dapat dimaknai sebagai penanda bahwa suatu aktivitas bisnis dijalankan sesuai dengan ketentuan Islam. Namun demikian, label tersebut tidak boleh hanya menjadi simbol semata, melainkan harus mencerminkan substansi berupa akad yang jelas, bebas dari riba, gharar, dan praktik haram lainnya, serta selaras dengan tujuan syariah (maqashid al-shariah). Jika terdapat ketidaksesuaian antara label dan praktik, maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk penipuan (tadlis), sebagaimana peringatan dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1–2 tentang larangan kecurangan dalam transaksi. Oleh karena itu, label syariah seharusnya menjadi representasi nilai kejujuran, keadilan, dan transparansi, bukan sekadar strategi komersial.

Adapun tanah kavling merupakan sebidang tanah yang telah dibagi menjadi beberapa petak dengan ukuran, batas, dan tujuan tertentu, yang umumnya diperuntukkan bagi pembangunan rumah, ruko, atau fasilitas lainnya. Istilah ini berasal dari kata “tanah” sebagai permukaan bumi dan “kavling” yang berarti bagian atau petak dari lahan yang lebih luas. Dalam praktik properti, tanah kavling tidak hanya berkaitan dengan pembagian fisik lahan, tetapi juga menyangkut aspek legalitas, tata ruang, serta perizinan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dari perspektif Islam, tanah termasuk harta (māl) yang boleh dimiliki dan dimanfaatkan selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Meskipun istilah tanah kavling tidak disebutkan secara eksplisit dalam Al-Qur’an maupun hadis, konsep pembagian dan pemanfaatan tanah telah dikenal melalui praktik seperti ihya’ al-mawat (menghidupkan tanah mati) dan iqtha’ (pemberian tanah oleh negara). Dengan demikian, tanah kavling dalam Islam dapat dipahami sebagai lahan yang dipetakan dan diperjualbelikan dengan syarat menggunakan akad yang sah, transparan, serta bebas dari unsur riba, gharar, dan kezaliman, serta tetap memperhatikan aspek kemaslahatan sosial.

Dalam hal landasan hukum, praktik bisnis tanah kavling dalam perspektif syariah memiliki dasar yang kuat baik dari Al-Qur’an, hadis, maupun regulasi formal di Indonesia. Al-Qur’an melalui QS. Al-Baqarah ayat 275 menegaskan bahwa jual beli diperbolehkan, sedangkan riba diharamkan, sehingga setiap transaksi, termasuk penjualan tanah kavling, harus bebas dari unsur bunga. Selain itu,

QS. An-Nisa ayat 29 menekankan bahwa transaksi harus dilakukan atas dasar suka sama suka dan tidak boleh mengandung unsur kebatilan. Hadis Nabi juga melarang praktik jual beli yang mengandung gharar (ketidakjelasan) serta penjualan atas sesuatu yang belum dimiliki secara sah. Secara institusional, praktik ini juga didukung oleh berbagai fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), seperti fatwa tentang murabahah dan wakalah, yang menjadi dasar penggunaan akad dalam transaksi properti syariah. Di samping itu, terdapat pula regulasi hukum positif seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Perumahan dan Kawasan Permukiman, serta Undang-Undang Perbankan Syariah yang turut mengatur aspek legalitas dan perlindungan dalam transaksi tersebut.

Labelisasi syariah dalam bisnis pada dasarnya merupakan upaya memberikan identitas Islami pada suatu produk atau layanan yang diklaim sesuai dengan prinsip syariah, seperti bebas riba, gharar, dan maisir, serta mengedepankan keadilan dan transparansi. Dalam praktiknya, label ini sering diwujudkan dalam berbagai istilah seperti “tanpa riba”, “tanpa bank”, atau “akad syariah”, yang menjadi daya tarik bagi konsumen Muslim. Namun, labelisasi ini menuntut komitmen substansial, tidak hanya pada aspek akad, tetapi juga pada tata kelola bisnis, transparansi informasi, dan etika pelaku usaha.

Tanpa pengawasan dan pemahaman yang memadai, label syariah berpotensi disalahgunakan sebagai gimmick pemasaran semata. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi, audit, serta literasi masyarakat agar label syariah benar-benar mencerminkan nilai kemaslahatan, keadilan, dan keberkahan.

Dalam konteks pemasaran, bisnis tanah kavling syariah menggabungkan strategi pemasaran modern dengan nilai-nilai spiritual Islam. Pemasaran ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada etika dan keberkahan transaksi. Karakteristik utamanya meliputi penggunaan akad syariah seperti murabahah, musyarakah, atau istishna', tidak adanya bunga dan denda, serta sistem pembayaran langsung tanpa perantara bank konvensional. Selain itu, strategi pemasaran sering menonjolkan branding Islami melalui penggunaan nama proyek bernuansa religius, promosi berbasis komunitas Muslim, serta penyampaian pesan yang menekankan aspek halal dan bebas riba. Transparansi informasi terkait harga, akad, dan skema pembayaran juga menjadi kunci dalam membangun kepercayaan konsumen. Namun demikian, efektivitas strategi ini harus diimbangi dengan penerapan prinsip syariah secara konsisten agar tidak menimbulkan kesenjangan antara klaim dan praktik.

Praktik tanah kavling syariah sendiri merupakan bagian dari muamalah yang bertujuan menciptakan keadilan dan kemaslahatan dalam transaksi. Prosesnya umumnya dimulai dari pembebasan lahan oleh developer, kemudian dilakukan pengavlingan dan penjualan baik secara tunai maupun angsuran tanpa bunga. Akad yang digunakan biasanya adalah murabahah, di mana harga dan margin keuntungan disepakati di awal. Dalam praktik ideal, transaksi dilakukan secara transparan, tanpa denda keterlambatan, serta didukung oleh legalitas yang jelas. Namun, dalam realitasnya masih terdapat praktik yang menyimpang, seperti ketidakjelasan akad, biaya tersembunyi, atau penggunaan label syariah tanpa implementasi yang sesuai. Hal ini menuntut kehati-hatian konsumen dalam memahami prinsip dasar muamalah sebelum melakukan transaksi.

Lebih jauh, keberadaan lembaga seperti bank syariah juga memiliki peran penting dalam mendukung praktik bisnis berlabel syariah. Bank syariah menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip bebas riba, gharar, dan kezaliman, serta menggunakan akad-akad seperti mudharabah, musyarakah, dan ijarah. Peran ini tidak hanya sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai penguat legitimasi syariah dalam transaksi ekonomi. Meskipun dalam praktik kavling syariah sering digunakan sistem non-bank, keterlibatan atau standar yang sejalan dengan prinsip bank syariah tetap menjadi indikator penting dalam menilai kesesuaian suatu praktik dengan nilai-nilai ekonomi Islam.

Dengan demikian, keseluruhan konsep label syariah, tanah kavling, pemasaran, dan praktiknya menunjukkan bahwa bisnis kavling syariah bukan sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga bagian dari implementasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, konsistensi antara label dan

praktik menjadi hal yang mutlak agar tujuan utama syariah, yaitu keadilan, kemaslahatan, dan keberkahan, benar-benar dapat terwujud.

METODE

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana penggunaan label “syariah” diterapkan oleh pihak developer dalam praktik penjualan tanah kavling di Al Azzam Resort Bollangi. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak berfokus pada angka atau statistik, melainkan pada pemaknaan, pengalaman, serta persepsi para pelaku dan konsumen terhadap fenomena yang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menggambarkan realitas sosial secara kontekstual dan komprehensif, khususnya terkait bagaimana label syariah dimaknai, digunakan, dan diimplementasikan dalam praktik bisnis properti.

Penelitian ini dilaksanakan di Al Azzam Resort Bollangi yang terletak di Kecamatan Bontomarannu, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa tempat tersebut merupakan salah satu pengembang kavling yang secara eksplisit menggunakan label “syariah” dalam strategi pemasarannya. Selain itu, terdapat keunikan dalam sistem transaksi yang ditawarkan, seperti klaim bebas riba, tanpa denda, tanpa sita, serta penggunaan akad yang dikatakan sesuai dengan prinsip syariat Islam. Dari sisi akademik, penelitian ini juga memiliki nilai penting karena kajian mengenai praktik properti syariah di tingkat lokal, khususnya di wilayah Sulawesi Selatan, masih relatif terbatas dibandingkan dengan wilayah lain. Adapun objek dalam penelitian ini adalah penggunaan label “syariah” dalam aktivitas bisnis penjualan tanah kavling di lokasi tersebut, dengan waktu pelaksanaan penelitian yang direncanakan berlangsung dari bulan Juli hingga September 2025.

Fokus penelitian ini diarahkan pada praktik bisnis penjualan tanah kavling berlabel syariah, khususnya dalam melihat kesesuaian antara klaim yang disampaikan dengan praktik yang terjadi di lapangan. Dengan adanya fokus ini, peneliti berupaya memperoleh gambaran yang jelas dan mendalam mengenai bagaimana label syariah digunakan, apakah bersifat substansial atau hanya simbolik dalam kegiatan pemasaran dan transaksi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang diperoleh dari lapangan, baik melalui observasi, wawancara, maupun dokumentasi, serta didukung oleh dokumen-dokumen yang relevan. Data dalam penelitian ini mencakup berbagai informasi yang diperoleh secara langsung dari pihak pengembang kavling syariah di Al Azzam Resort Bollangi, serta dari konsumen yang terlibat dalam transaksi. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan sumber data hukum yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi Al-Qur'an dan Hadis yang berkaitan dengan prinsip muamalah seperti kejujuran, keadilan, larangan riba dan gharar, serta berbagai fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti Fatwa DSN-MUI tentang murabahah dan wakalah. Selain itu, bahan hukum primer juga mencakup berbagai peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Perumahan dan Kawasan Permukiman, Undang-Undang Perbankan Syariah, Undang-Undang Pokok Agraria, serta Undang-Undang Jaminan Produk Halal, termasuk pula peraturan presiden dan peraturan menteri yang relevan dengan pengelolaan tanah dan properti.

Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini berupa literatur ilmiah seperti jurnal, buku ekonomi Islam, skripsi, dan tesis yang relevan dengan topik penelitian. Sumber-sumber ini digunakan untuk memperkuat landasan teoritis dan membantu peneliti dalam memahami konsep label syariah, hukum muamalah, serta praktik bisnis properti syariah. Selain itu, data lapangan juga diperoleh melalui wawancara dengan pihak pengembang Al Azzam Resort Bollangi untuk mengetahui latar belakang penggunaan label syariah, sistem transaksi, serta strategi pemasaran yang digunakan. Wawancara juga dilakukan dengan konsumen untuk menggali persepsi, pemahaman, dan pengalaman mereka terhadap

praktik pembelian kavling berlabel syariah. Sementara itu, bahan hukum tersier digunakan sebagai pelengkap, seperti kamus hukum, ensiklopedia hukum Islam, serta dokumen resmi pemerintah yang membantu dalam memahami istilah dan regulasi yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas di lokasi penelitian untuk memperoleh gambaran nyata mengenai praktik yang berlangsung. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat menggali informasi secara mendalam namun tetap fleksibel terhadap perkembangan data di lapangan. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen seperti akad jual beli, brosur, konten promosi, serta dokumen lainnya yang relevan untuk mendukung data penelitian.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, yang berperan dalam mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data. Untuk mendukung proses tersebut, digunakan pula instrumen tambahan seperti panduan wawancara sebagai acuan dalam menggali informasi dari informan, catatan lapangan untuk mencatat hasil observasi dan refleksi peneliti, alat perekam suara untuk merekam proses wawancara secara akurat, serta kamera atau smartphone untuk mendokumentasikan kondisi lapangan secara visual.

Analisis data dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyortir dan menyederhanakan data mentah yang diperoleh dari lapangan, kemudian mengelompokkannya berdasarkan tema-tema tertentu seperti strategi pemasaran, mekanisme akad, dan persepsi konsumen. Setelah itu, data disajikan dalam bentuk narasi tematik, tabel, atau kutipan langsung dari informan agar lebih mudah dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dengan menginterpretasikan data serta membandingkannya dengan teori ekonomi Islam untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan kriteria yang dikemukakan oleh Lincoln dan Guba, yaitu kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas. Kredibilitas dilakukan melalui triangulasi sumber dan teknik, serta member check kepada informan. Transferabilitas dicapai dengan memberikan deskripsi yang rinci mengenai konteks penelitian. Dependabilitas dijaga melalui pencatatan proses penelitian secara sistematis, sedangkan konfirmabilitas dilakukan dengan menjaga objektivitas dan transparansi dalam proses analisis data.

Dengan rancangan metodologi tersebut, diharapkan penelitian ini mampu menghasilkan temuan yang valid, mendalam, dan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai penggunaan label syariah dalam bisnis penjualan tanah kavling di Al Azzam Resort Bollangi, baik dari sisi konsep maupun praktiknya di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum lokasi penelitian ini menunjukkan bahwa Al Azzam Resort Bollangi merupakan sebuah kawasan wisata terpadu yang mengusung konsep religi dan pendidikan sebagai nilai utama dalam pengembangannya. Kawasan ini tidak hanya difungsikan sebagai tempat rekreasi bernuansa Islami, tetapi juga dirancang sebagai lingkungan yang mendukung pembinaan karakter, penguatan spiritual, serta aktivitas pendidikan berbasis keagamaan. Suasana yang tenang dan relatif jauh dari hiruk-pikuk perkotaan menjadikan kawasan ini memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang menginginkan ketenangan sekaligus kedekatan dengan nilai-nilai religius dalam kehidupan sehari-hari. Dengan konsep tersebut, Al Azzam Resort Bollangi tidak hanya menawarkan pengalaman berwisata, tetapi juga menghadirkan ruang untuk beribadah dan memperdalam pemahaman keagamaan.

Keunggulan lain dari kawasan ini terletak pada penyediaan fasilitas hunian berupa villa dan tanah kavling yang dipasarkan kepada masyarakat. Pembangunan fasilitas tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan Yayasan Masjid Pesantren Rahmatan Lilalamin, sebuah lembaga yang bergerak di

bidang pendidikan dan dakwah Islam. Kolaborasi ini memberikan warna tersendiri dalam pengembangan kawasan, karena tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan komersial, tetapi juga mengedepankan aspek sosial dan keagamaan. Lingkungan hunian yang tertata dengan baik serta didesain dalam nuansa Islami menjadi nilai tambah bagi masyarakat yang ingin tinggal maupun berinvestasi di kawasan tersebut.

Selain itu, keberadaan fasilitas ibadah seperti masjid turut memperkuat identitas religius kawasan ini. Masjid tersebut tidak hanya berfungsi sebagai tempat salat berjamaah, tetapi juga menjadi pusat kegiatan keagamaan seperti pengajian dan pembinaan spiritual masyarakat. Kehadiran pesantren yang dikelola oleh yayasan mitra juga menjadi nilai signifikan, karena menyediakan program pendidikan agama bagi berbagai kalangan, baik anak-anak maupun orang dewasa. Menariknya, program pendidikan ini diberikan secara gratis, sehingga memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia berbasis nilai-nilai Islam. Dengan demikian, kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal atau destinasi wisata, tetapi juga sebagai pusat pembinaan moral dan keagamaan.

Dari sisi ekonomi, Al Azzam Resort Bollangi menawarkan harga properti yang relatif terjangkau, sehingga dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Unit villa dipasarkan mulai dari kisaran harga yang cukup kompetitif, sementara tanah kavling juga ditawarkan dengan harga yang memungkinkan masyarakat memiliki lahan di kawasan yang sedang berkembang. Harga yang relatif terjangkau ini menjadi daya tarik tersendiri, khususnya bagi calon pembeli atau investor yang melihat adanya potensi peningkatan nilai properti di masa mendatang, terutama dengan berkembangnya konsep wisata religi dan pendidikan di kawasan tersebut. Hal ini menjadikan Al Azzam Resort Bollangi tidak hanya menarik dari sisi spiritual, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang prospektif.

Dengan perpaduan antara konsep wisata religi, fasilitas pendidikan keagamaan, lingkungan hunian yang nyaman, serta peluang investasi yang menjanjikan, kawasan ini hadir sebagai alternatif bagi masyarakat yang menginginkan keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan spiritual. Al Azzam Resort Bollangi diharapkan mampu menjadi destinasi yang memberikan ketenangan, manfaat sosial, serta nilai ekonomi bagi para pemilik maupun pengunjungnya.

Sementara itu, deskripsi responden dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam yang dilaksanakan di Al Azzam Resort Bollangi. Responden dipilih secara purposive, yaitu mereka yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait praktik penjualan tanah kavling syariah, sehingga mampu memberikan informasi yang mendalam dan akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

No.	Nama	Peran
1	Wardi	Developer
2	Hamzah	Admin dan pengelola ansuran
3	Ali	Administrasi

1. Sistem Penggunaan Label Syariah Pada Bisnis Penjualan Tanah Kavling Syariah di Al Azzam Resort Bollangi Kabupaten Gowa

Al Azzam Resort Bollangi merupakan salah satu proyek strategis yang berada di bawah naungan PT. Iltizam Mandala Syariah, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan properti berbasis prinsip-prinsip syariah. Sebagai pengembang yang berkomitmen menghadirkan produk properti yang aman, transparan, dan sesuai dengan kaidah muamalah Islam, PT. Iltizam Mandala Syariah menjadikan Al Azzam Resort Bollangi sebagai perwujudan nyata dari visi perusahaan dalam menciptakan kawasan hunian dan wisata yang tidak hanya bernilai komersial, tetapi juga memberikan

manfaat spiritual dan sosial bagi masyarakat.

Pengembangan proyek ini dilakukan dengan pendekatan yang mengintegrasikan lingkungan wisata religi, hunian sehat, serta fasilitas pendidikan berbasis keagamaan. Seluruh proses, mulai dari perencanaan kawasan, pembebasan lahan, pembangunan fasilitas, hingga pemasaran unit villa dan tanah kavling, dilaksanakan dengan mengedepankan prinsip syariah yang menghindari unsur riba, gharar, dan praktik transaksi yang merugikan salah satu pihak. Pendekatan ini memberikan rasa aman dan nyaman bagi calon pembeli maupun investor dalam memilih produk properti syariah. Sebagai proyek unggulan, Al Azzam Resort Bollangi juga menghadirkan berbagai fasilitas yang dirancang untuk mendukung kehidupan islami dan aktivitas edukatif.

Dari sisi investasi, PT. Iltizam Mandala Syariah menawarkan pilihan properti yang relatif terjangkau, dengan harga villa mulai dari Rp125 juta dan tanah kavling mulai dari Rp19 juta. Harga yang kompetitif ini memberikan peluang bagi masyarakat luas untuk berinvestasi pada sektor properti dengan konsep yang berbeda, sekaligus memiliki potensi pertumbuhan nilai di masa mendatang.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pihak manajemen, diketahui bahwa pengembangan dan penjualan tanah kavling di kawasan ini secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip syariah. Hal tersebut menjadi dasar utama dalam mem-branding produk sebagai kavling syariah, bukan sekadar penggunaan label simbolik. Konsep ini lahir dari keinginan pengembang untuk menghadirkan sistem transaksi yang lebih aman, halal, dan sesuai dengan ajaran Islam.

Terkait alasan penggunaan konsep syariah, pihak developer, yaitu Bapak Hamzah, menyampaikan bahwa: *“ konsep syariah dipilih karena mampu menghadirkan pola transaksi yang benar-benar langsung antara penjual dan pembeli. Dalam sistem ini, tidak ada keterlibatan pihak ketiga seperti bank atau lembaga pembiayaan lainnya. Semua proses pembayaran dilakukan secara langsung oleh konsumen kepada pihak perusahaan secara transparan dan tanpa perantara. ”*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengembang berupaya memastikan seluruh transaksi bebas dari unsur yang diharamkan, seperti riba, ketidakjelasan (gharar), maupun penipuan. Hal ini sejalan dengan prinsip ekonomi Islam yang tidak membebankan bunga dalam setiap transaksi, sehingga menjadi pembeda utama dengan sistem ekonomi konvensional. Selain itu, istilah dan praktik dalam transaksi juga disesuaikan dengan konsep muamalah Islam, seperti penggunaan akad yang sesuai dengan fiqh jual beli.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengembang dan konsumen, penggunaan label syariah di Al Azzam Resort Bollangi didasarkan pada sejumlah pertimbangan prinsipil. Pertama, pengembang tidak menggunakan bank konvensional sebagai perantara pembayaran. Seluruh transaksi dilakukan secara langsung antara pengembang dan konsumen guna menghindari praktik riba. Selain itu, konsumen tidak dibebani kewajiban memberikan agunan atau jaminan, sehingga tidak ada risiko penyitaan sebagaimana yang umum terjadi dalam sistem konvensional.

Kedua, pengembang menghindari terjadinya dua akad dalam satu transaksi dengan memastikan setiap akad dilakukan secara terpisah dan jelas. Hal ini bertujuan untuk menjaga kejelasan hak dan kewajiban para pihak serta menghindari unsur gharar. Ketiga, tidak diberlakukannya denda keterlambatan maupun penyitaan apabila terjadi kendala pembayaran. Penyelesaian dilakukan melalui musyawarah dan pendekatan kekeluargaan, yang mencerminkan nilai keadilan dan empati dalam muamalah Islam.

Keempat, transparansi harga menjadi prinsip utama, di mana seluruh biaya telah ditentukan sejak awal tanpa adanya biaya tersembunyi. Hal ini bertujuan untuk menghindari ketidakpastian dalam transaksi. Kelima, seluruh praktik bisnis berlandaskan pada Al-Qur'an dan hadis sebagai pedoman utama. Dalam hal ini, Bapak Hamzah juga menegaskan bahwa: *“ Konsep penggunaan label syariah ini sudah di gunakan sejak awal, yang tentunya berlandaskan pada AL-Qur'an, dan hadis serta mengambil dasar dari kehidupan Rasulullah ﷺ dan tentunya taat pada hukum positif dan hukum syariah ”*

Selain itu, perusahaan juga berada di bawah pembinaan seorang anggota Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang berdomisili di Yogyakarta dan berperan sebagai penasihat syariah. Keberadaan dewan syariah ini menjadi faktor penting dalam memastikan bahwa seluruh aktivitas perusahaan berjalan sesuai dengan prinsip syariah. Dewan syariah tidak hanya memberikan arahan normatif, tetapi juga melakukan pendampingan terhadap praktik muamalah, termasuk memastikan kesesuaian akad, transparansi harga, serta ketiadaan unsur riba dan gharar dalam setiap transaksi.

Di samping itu, seluruh anggota asosiasi pengembang yang tergabung dalam jaringan tersebut juga telah mendapatkan pemahaman yang memadai terkait penggunaan label syariah. Edukasi dilakukan melalui pembinaan langsung maupun diskusi internal, sehingga mereka memahami bahwa label “syariah” bukan sekadar strategi pemasaran, melainkan harus diiringi dengan komitmen terhadap penerapan prinsip syariah secara menyeluruh.

Dengan adanya pembimbing syariah yang kompeten serta pemahaman yang baik dari seluruh pihak terkait, penggunaan label syariah di Al Azzam Resort Bollangi tidak hanya bersifat simbolik, tetapi benar-benar mencerminkan praktik bisnis yang sesuai dengan tuntunan agama. Hal ini sekaligus menunjukkan upaya pengembang dalam menjaga integritas dan kepercayaan masyarakat melalui sistem pengawasan dan pendampingan yang kredibel.

2. Praktik Penjualan Tanah Kavling Syariah di Al Azzam Resort Bollangi Kabupaten Gowa

Berdasarkan hasil penelitian lapangan dan wawancara dengan pihak kantor angsuran serta admin pengelola Al Azzam Resort Bollangi, Martin menyampaikan bahwa: *“Penjualan tanah kavling di Al Azzam Resort Bollangi yaitu konsumen atau pembeli datang ke kantor melakukan negosiasi, menetapkan harga, datang ke lokasi dan jika setuju melakukan pembelian akan dilakukan akad tetapi sebelum melakukan akad akan dilakukan verifikasi kelayakan konsumen. Tidak ada jaminan tetapi berkomitmen sehingga jika ada kendala akan dimusyawarahkan.”*

Dari penyampaian tersebut diperoleh gambaran yang jelas mengenai praktik penggunaan label syariah dalam proses penjualan tanah kavling. Proses ini tidak hanya mencakup transaksi jual beli secara teknis, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai syariah yang menjadi landasan utama dalam seluruh aktivitas perusahaan. Proses transaksi diawali ketika konsumen memperoleh informasi mengenai kavling syariah, baik melalui brosur, media promosi, maupun dengan datang langsung ke kantor pemasaran. Informasi tersebut memuat lokasi, harga, fasilitas, serta konsep syariah yang diterapkan. Setelah muncul ketertarikan, konsumen diajak melakukan kunjungan langsung ke lokasi untuk melihat kondisi fisik lahan, posisi kavling, serta potensi lingkungan sekitar. Tahap ini menjadi penting untuk memastikan adanya transparansi dan kejelasan objek jual beli.

Selanjutnya, konsumen memasuki tahap negosiasi yang dilakukan secara langsung di kantor pemasaran. Dalam tahap ini, meskipun terdapat ruang diskusi, harga yang ditetapkan tetap bersifat transparan dan telah disepakati sejak awal tanpa adanya tambahan biaya tersembunyi. Hal ini menunjukkan upaya pengembang dalam menghindari unsur gharar atau ketidakjelasan dalam transaksi. Setelah kesepakatan tercapai, proses dilanjutkan menuju akad sebagai bentuk pengikatan resmi antara penjual dan pembeli.

Dalam praktiknya, Al Azzam Resort Bollangi menegaskan komitmennya untuk tidak menggunakan sistem bunga, tidak menerapkan denda keterlambatan, serta tidak melakukan penyitaan terhadap kavling yang telah dibeli. Apabila konsumen mengalami kendala pembayaran, penyelesaiannya dilakukan melalui musyawarah untuk mencapai kesepakatan bersama. Pendekatan ini mencerminkan nilai keadilan, empati, dan kemanusiaan dalam prinsip muamalah Islam. Selain itu, perusahaan juga tidak mensyaratkan adanya jaminan atau agunan, sehingga hubungan antara penjual dan pembeli dibangun atas dasar kepercayaan dan komitmen.

Sebelum akad dilaksanakan, pihak perusahaan melakukan verifikasi terhadap calon pembeli. Verifikasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen memiliki komitmen yang baik dan tidak memiliki rekam jejak yang merugikan dalam transaksi sebelumnya. Langkah ini menjadi bentuk antisipasi terhadap risiko moral hazard serta menjaga agar transaksi tetap berjalan sesuai dengan prinsip kejujuran dan transparansi dalam syariah. Akad menjadi tahapan paling penting dalam proses transaksi karena menandai berpindahnya hak kepemilikan secara sah kepada pembeli. Setelah akad disepakati dan ditandatangani, tanah kavling sepenuhnya menjadi milik konsumen tanpa adanya syarat tambahan maupun intervensi pihak ketiga. Dalam praktik di Al Azzam Resort Bollangi, akad yang digunakan adalah akad murabahah dan akad istishna'. Akad murabahah merupakan bentuk jual beli di mana penjual menyampaikan secara terbuka harga pokok dan margin keuntungan yang disepakati bersama, sehingga tidak terdapat unsur riba maupun penipuan. Sementara itu, akad istishna' digunakan untuk objek yang masih dalam tahap pengembangan, dengan kesepakatan spesifikasi, waktu penyerahan, serta mekanisme pembayaran yang jelas sejak awal.

Penggunaan kedua akad tersebut menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah tidak hanya sebatas label, tetapi benar-benar diimplementasikan dalam mekanisme transaksi. Dengan demikian, praktik jual beli yang dilakukan tidak hanya sah secara hukum formal, tetapi juga memiliki nilai spiritual sebagai bagian dari muamalah yang sesuai dengan ajaran Islam. Meskipun penerapan konsep syariah telah berjalan dengan baik, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan yang masih dihadapi dalam praktik di lapangan. Muhammad Artur menyampaikan bahwa: *"Tantangan ini sebagian besar berasal dari faktor konsumen, tingkat pemahaman masyarakat, serta kebutuhan edukasi yang berkelanjutan mengenai akad syariah"*

Salah satu tantangan utama adalah masih adanya konsumen yang belum memahami secara utuh konsep penjualan tanah kavling syariah. Sebagian besar hanya mengetahui bahwa sistem tersebut tidak menggunakan bunga dan tidak menerapkan penyitaan, tanpa memahami aspek yang lebih mendasar seperti jenis akad, transparansi transaksi, larangan gharar, serta tanggung jawab antara penjual dan pembeli. Kurangnya pemahaman ini menyebabkan konsumen sering mengalami kebingungan, salah menafsirkan ketentuan pembayaran, bahkan menganggap akad syariah sama dengan sistem konvensional yang hanya berbeda istilah.

Selain itu, kebutuhan edukasi mengenai akad syariah juga menjadi tantangan yang signifikan. Banyak konsumen belum memahami isi akad secara menyeluruh sebelum penandatanganan. Mereka cenderung membaca secara sekilas tanpa memahami jenis akad yang digunakan, hak dan kewajiban masing-masing pihak, mekanisme penyelesaian jika terjadi kendala pembayaran, serta nilai moral yang terkandung dalam akad syariah. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi yang lebih intensif dan berkelanjutan agar konsumen tidak hanya menjadi objek transaksi, tetapi juga memahami secara sadar prinsip-prinsip yang mendasari sistem tersebut.

Ringkasan Temuan Penelitian tentang Praktik Label Syariah pada Penjualan Kavling di Al Azzam Resort Bollangi

No.	Aspek yang Diteliti	Temuan Penelitian
1	Proses Pembelian	Konsumen memperoleh informasi melalui brosur, media promosi, atau datang langsung ke kantor. Setelah itu dilakukan kunjungan lokasi, dan jika sesuai, konsumen melanjutkan ke tahap akad.
2	Negosiasi dan Harga	Negosiasi dilakukan di kantor. Harga sudah ditetapkan dalam akad, bersifat jelas dan transparan. Tidak ada bunga maupun biaya tambahan lainnya.
3	Sistem	Pembayaran dilakukan langsung kepada perusahaan tanpa

	Pembayaran	melibatkan pihak ketiga (bank). Tidak ada konsep bunga, denda, maupun penalti.
4	Tanpa Riba	Seluruh transaksi berlandaskan prinsip syariah, menghindari riba. Harga tidak berubah dan tidak mengalami tambahan nilai kecuali yang disepakati sejak awal.
5	Tanpa Agunan (Jaminan)	Perusahaan tidak meminta jaminan apa pun. Transaksi dilakukan atas dasar komitmen pembeli dan kepercayaan.
6	Tidak Ada Sita	Ketika terjadi masalah, perusahaan tidak melakukan penyitaan kavling. Penyelesaian dilakukan melalui musyawarah untuk mencari jalan terbaik.
7	Akad Jelas dan Kepemilikan Penuh	Setelah akad ditandatangani, kavling menjadi milik pembeli sepenuhnya. Tidak ada perubahan syarat setelah akad berlangsung.
8	Verifikasi Konsumen	Sebelum akad, perusahaan melakukan verifikasi perilaku atau kelayakan konsumen untuk memastikan komitmen dan mencegah moral hazard.
9	Landasan Syariah	Seluruh transaksi dilakukan dengan mengacu pada Al-Qur'an, hadis, dan praktik muamalah Rasulullah. Perusahaan konsisten mengembangkan skema tanpa riba dan transparan.
10	Peran Dewan Syariah	Terdapat pembimbing syariah dari salah satu anggota MUI di Yogyakarta yang mengawasi dan memastikan penerapan prinsip syariah dalam perusahaan.
11	Pemahaman Konsumen	Banyak konsumen masih awam dan memiliki kesalahpahaman tentang konsep syariah, sehingga membutuhkan edukasi intensif sebelum akad.

Hasil penelitian mengenai praktik penggunaan label syariah pada penjualan tanah kavling di Al Azzam Resort Bollangi menunjukkan bahwa penerapan konsep syariah dalam transaksi jual beli telah dilaksanakan secara menyeluruh dan berlandaskan pada prinsip muamalah dalam Islam. Berdasarkan temuan lapangan yang diperoleh melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi, diketahui bahwa proses transaksi dilakukan secara sistematis mulai dari tahap pemberian informasi kepada konsumen, kunjungan langsung ke lokasi, negosiasi harga, hingga pelaksanaan akad sebagai bentuk kesepakatan akhir antara penjual dan pembeli. Seluruh rangkaian proses ini dilakukan tanpa melibatkan pihak ketiga seperti lembaga keuangan konvensional, sehingga transaksi berlangsung secara langsung antara kedua belah pihak. Penetapan harga dilakukan secara transparan sejak awal tanpa adanya unsur bunga, denda, maupun biaya tambahan, yang sejalan dengan prinsip syariah dalam menghindari riba, gharar, serta praktik yang merugikan salah satu pihak.

Selain itu, perusahaan tidak mensyaratkan adanya agunan dalam proses pembelian serta tidak menerapkan penyitaan apabila terjadi kendala pembayaran. Sebaliknya, penyelesaian permasalahan dilakukan melalui musyawarah untuk mencapai kesepakatan yang adil dan tidak memberatkan salah satu pihak. Pendekatan ini mencerminkan nilai-nilai keadilan, kepercayaan, dan tanggung jawab yang menjadi bagian penting dalam praktik muamalah Islam. Keberadaan dewan syariah yang berasal dari anggota Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Yogyakarta juga menjadi faktor pendukung yang signifikan dalam menjaga konsistensi penerapan prinsip syariah. Dewan syariah tersebut berperan dalam memberikan arahan, pengawasan, serta bimbingan agar seluruh aktivitas transaksi tetap berada dalam koridor hukum Islam.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan yang dihadapi di lapangan, khususnya terkait dengan tingkat pemahaman konsumen yang masih relatif rendah terhadap konsep syariah. Sebagian calon pembeli belum sepenuhnya memahami jenis akad yang digunakan, hak dan kewajiban dalam transaksi, serta perbedaan mendasar antara sistem syariah dan konvensional. Kondisi ini berpotensi menimbulkan kesalahpahaman apabila tidak diimbangi dengan edukasi yang memadai dari pihak pengembang. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi yang lebih intensif dan berkelanjutan agar konsumen tidak hanya memahami aspek praktis transaksi, tetapi juga nilai-nilai syariah yang melandasinya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Al Azzam Resort Bollangi telah menerapkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten dalam praktik penjualan tanah kavling, baik dari aspek mekanisme transaksi, kejelasan akad, maupun nilai-nilai Islam yang menjadi dasar operasionalnya. Namun demikian, peningkatan pemahaman konsumen melalui edukasi tetap menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan guna mendukung keberlanjutan dan optimalisasi penerapan konsep syariah di masa yang akan datang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan label syariah dalam praktik penjualan tanah kavling di Al Azzam Resort Bollangi telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Hal ini tercermin dalam pelaksanaan transaksi yang bebas dari unsur riba, gharar, serta praktik yang merugikan salah satu pihak. Selain itu, kejelasan akad, transparansi harga, serta adanya kesepakatan yang dilakukan secara sadar dan sukarela antara penjual dan pembeli menunjukkan bahwa prinsip muamalah Islam telah diterapkan secara nyata dalam proses transaksi tersebut.

Praktik bisnis tanah kavling di Al Azzam Resort Bollangi juga dijalankan secara profesional dan konsisten dengan konsep syariah yang telah ditetapkan. Hal ini terlihat dari sistem pemasaran yang jujur dan terbuka, pelaksanaan akad jual beli yang dilakukan secara langsung tanpa melibatkan lembaga keuangan konvensional, tidak adanya penerapan bunga, denda, maupun penyitaan, serta penyelesaian permasalahan yang mengedepankan musyawarah. Keseluruhan praktik tersebut mencerminkan komitmen pengelola dalam menerapkan nilai-nilai muamalah Islam secara menyeluruh dalam kegiatan bisnis properti.

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan. Bagi pihak perusahaan Al Azzam Resort Bollangi, disarankan untuk meningkatkan program edukasi mengenai akad syariah kepada calon pembeli, baik melalui media brosur, video penjelasan, seminar, maupun layanan konsultasi sebelum akad dilaksanakan. Selain itu, perusahaan juga perlu menyediakan informasi tertulis yang lebih rinci terkait mekanisme transaksi syariah agar konsumen memiliki pemahaman yang benar dan komprehensif.

Bagi konsumen atau pembeli, disarankan untuk menggali informasi secara lebih mendalam mengenai akad syariah sebelum melakukan transaksi agar tidak terjadi kesalahpahaman. Konsumen juga perlu memahami bahwa konsep syariah tidak hanya sebatas bebas bunga, tetapi juga menuntut adanya komitmen, amanah, serta kejelasan dalam setiap tahapan transaksi.

Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperluas kajian pada aspek kepuasan konsumen terhadap penerapan konsep syariah. Penelitian berikutnya juga dapat menambahkan analisis komparatif antara kavling syariah di berbagai perusahaan guna melihat perbedaan praktik di lapangan, serta mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh keberadaan dewan syariah terhadap kualitas penerapan prinsip syariah dalam bisnis properti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muh Ruslan, Indah Bahar, Mahadin Shaleh, and Ishak Ishak. "The Influence of Sharia Labels and Compliance on Customer Trust in Bakti Huria Sharia Cooperatives, Palopo City." *Jurnal Al-Qardh* 7, no. 1 (2022): 44–54. <https://doi.org/10.23971/jaq.v7i1.4540>.
- Amini, Anisa, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto. "Urgensi Halal Food Dalam Tinjauan Konsumsi Islami." *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal* 2, no. 2 (2022): 1–14. <https://doi.org/10.15575/likuid.v2i2.16031>.
- Annisa Jati Utami, and Irmayanti Hasan. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2023): 221–32. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12947](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12947).
- Budiman, Surya, Aulia, Nisa Syalbah, and Ratna Diah. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kavling Pada Berkah Land Di Pandeglang" 4, no. 2 (2024): 142–53.
- Desy Kristiane. "Labelisasi Halal Dan Haram." *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2021): 59–74. <https://doi.org/10.24239/tadayun.v2i1.21>.
- Hasbi, Hartas. "Al-Kharaj, Volume 2 Nomor 2 Pengaruh Label Syariah" 2 (2020).
- Hasna, Elfrida, Suselo Utoyo, and Sugeng Riyanto. "Studi Kelayakan Pengembangan Perumahan Grand Zam-Zam Regency Bunut Wetan Malang" 3, no. 1 (2022): 78–83. <http://jos-mrk.polinema.ac.id/>.
- Hermansyah. "Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Tanah Kavling." *FOKUS : Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang* 18, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.51826/fokus.v18i2.423>.
- Hanafie, Ahmad, Hakim Hakim, Muhammad Arlinsyah, and Suherman S. "Analisa Perbandingan Tingkat Penjualan Tanah Kavling Secara Tradisional Dan Modern Di Desa Damai Kec. Tanralili, Kab Maros Dengan Menggunakan Metode Analisis Swot." *Journal Industrial Engineering and Management (JUST-ME)* 1, no. 02 (2020): 44–48. <https://doi.org/10.47398/justme.v1i02.9>.
- Hidayati, Ulfa, and Wetri Efta. "Analisis Manajemen Risiko Pada Pengelolaan Bisnis Kavling Tanah Di Empat Lima Land Property Kudus Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen." *Journal of Entrepreneurship & Technopreneurship* 1, no. 3 (2025): 21–30. <https://doi.org/10.47927/joet.v1i3.1125>.
- "Institut Teknologi Dan Bisnis Asia Malang, Indonesia 1 STIE Malangkecewara, Indonesia 2" 4, no. 2 (2023): 225–39.
- Jasri, dan Siti Walida Mustamin. *Bank Syariah: Strategi Pengembangan Bank Syariah Melalui Pendekatan Mashlahah*. Padang: Get Press Indonesia, 2023.
- Komara, Stevani -. "Tanggung Jawab Notaris Terhadap Pembuatan Akta Jual Beli Kaveling Tanah Matang Tanpa Bangunan Oleh Badan Hukum." *Makro : Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 6, no. 1 (2021): 86. <https://doi.org/10.53712/jmm.v6i1.1101>.
- Lestari, Diana, Masruchin, and Fitri Nur Latifah. "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Pada Umkm Franchise Pentol Kabul Dalam Meningkatkan Pendapatan." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5, no. 1 (2022): 216–29. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).9243](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).9243).
- Linggawati Widyan. "The Islamic Economic Journal Prinsip Dasar Rancang Bangun Ekonomi Islam." *AL-MAQASHID: Journal of Economics and Islamic Business* 2, no. 01 (2022): 1–11.

<https://doi.org/10.55352/maqashid.v2i01.444>.

- Lestari, Lupi Ayu, Yustika Apriani, Asnaini Asnaini, and Kustin Kustin. "Pengaruh Harga, Promosi, Produk, Label Halal Terhadap Keputusan Membeli Frozen Food (Studi Di Kota Bengkulu)." *J-Alif : Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam* 6, no. 1 (2021): 18. <https://doi.org/10.35329/jalif.v6i1.2135>.
- Lestari, Siti Sinta. "Dampak Label Syariah Pada Keputusan Investasi Investor Pemula Dengan Agama Sebagai Moderasi." *Keizai* 5, no. 1 (2024): 72–84.
- Midisen, Kisanda. "Analisis Perbandingan Teori Dan Praktek Sistem Multi Level Marketing Pada Bisnis Paytren Dalam Perspektif Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 606. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12382>.
- Misbah, Ahmad, and Oktavia Fitriana Sari. "Pembiayaan Berbasis Syariah Pada Perusahaan Tanah Kavling CV. Anugrah Abadi Malang." *DIES: Journal Of Dalwa Islamic Economic Studies* 1, no. 1 (2022): 56–66. <https://doi.org/10.38073/dies.v1i1.601>.
- Misbah, Ahmad, and Oktavia Fitriana Sari. "Pembiayaan Berbasis Syariah Pada Perusahaan Tanah Kavling CV. Anugrah Abadi Malang." *DIES: Journal Of Dalwa Islamic Economic Studies* 1, no. 1 (2022): 56–66. <https://doi.org/10.38073/dies.v1i1.601>.
- Nabila Veren Estefany, Masruchin, and Fitri Nur Latifah. "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2022): 181–95. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9358](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9358).
- Noviastanti, Selly Tri, and Aris Munandar. "Jurnal Private Law Fakultas Hukum Universitas Mataram Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Legal" 4, no. 1 (2024).
- Nurjanah, and Rafiza Zuliani. "Dampak Label Syariah Terhadap Pendapatan Pada Usaha Jasa Di Kota Langasa (Studi Kasus Pada Amanah Wash Laundry Syariah)." *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah* 12, no. 1 (2020): 1–15. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v12i01.357>.
- Rizki Utami, and Unun Roudlotul Janah. "Analisis Marketing Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Tempe De Yati Madiun." *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2022): 211–28. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.769>.
- Rahmad, Noor, and Deni Setiawan. "Pertanggungjawaban Dalam Penipuan Bisnis Property Melalui Pemasaran Pre Project Selling Kepada Konsumen." *Justisi* 8, no. 3 (2022): 198–208. <https://ejournal.um-sorong.ac.id/index.php/js/article/download/1832/1157/6049>.
- Mustamin, Siti Walida. *No Title*, n.d.
- Paujiah, Rika, Ahmad Mulyadi Kosim, and Syarifah Gustiawati. "Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 1, no. 2 (2020): 144. <https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1847>.
- Perbankan, Tentang, Syariah Di, and Pengadilan Agama. "No Title," 2020.
- Suryantara, I G, and H Widiatmanti. "Optimalisasi Data Pengalihan Tanah Dan/Atau Bangunan Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur." *Info Artha*, 2022. <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/JIA/article/view/1614%0Ahttps://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/JIA/article/download/1614/878>.
- Sutrisno, Sutrisno. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Sertifikat Tanah Kavling Dalam Hal Pengembang Telah Dinyatakan Pailit." *Jurnal Rechtsens* 8, no. 1 (2021): 107–20. <https://doi.org/10.36835/rechtsens.v8i1.491>.

- Sujono, Imam, Sugeng Irawadi, and Setiawan Indradyasa. "Pembatalan Akta Perjanjian Ikatan Jual Beli Tanah Kavling." *Spektrum Hukum* 17, no. 1 (2020): 19–33. <https://doi.org/10.35973/sh.v17i1.1389>.
- Theresia, Relita, Muhammad Dedi Irawan, and Adnan Buyung Nasution. "Pemetaan Lokasi Tanah Dijual Berbasis Web Menggunakan Metode Haversine Untuk Meningkatkan Akses Informasi Bagi Masyarakat." *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 106–20. <https://doi.org/10.55537/jibm.v4i2.1002>. Mustamin, Siti Walida. *No Title*, n.d.
- Paujiah, Rika, Ahmad Mulyadi Kosim, and Syarifah Gustiawati. "Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 1, no. 2 (2020): 144. <https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1847>.
- Perbankan, Tentang, Syariah Di, and Pengadilan Agama. "No Title," 2020.