

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam transaksi muamalah yang modern muncul perkembangan teknologi yang baru, salah satunya adalah jual beli sistem *online* atau elektronik *commerce* (*E-Commerce*) yang mana teknologi ini telah menciptakan jenis-jenis dan peluang bisnis baru di mana transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronik. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan perbuatan hukum misalnya melakukan jual-beli.³

Perkembangan teknologi informasi internet yang sangat pesat memberi pengaruh signifikan dalam aspek kehidupan kita. Internet membantu manusia sehingga dapat berinteraksi dan transaksi dengan cepat dan mudah. Keberadaan jual beli *online* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini dengan jual beli *online* setiap transaksi tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negosiasi. Oleh karena itu jaringan internet ini dapat menembus batas geografis dan teritorial termasuk yurisdiksi hukumnya beberapa tahun terakhir ini dengan begitu merebaknya media sosial yang menawarkan berbagai macam produk dengan menggunakan media sosial misalnya *facebook*.

Penggunaan internet dalam *electronic commerce* ini memberikan dampak sangat positif, yakni dalam kecepatan dan kemudahan serta kecanggihan

³www.articlesofbusinesssystem.com Diakses pada 12-06-2020 pukul 16.30 WIB.

dalam melakukan interaksi global tanpa batasan tempat dan waktu yang kini menjadi hal yang biasa. Transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa perlu kertas dan pena, perjanjian *facetoface* (bertemu secara langsung) pelaku bisnis ini tidak diperlukan lagi, sehingga dapat dikatakan perdagangan elektronik atau *e-commerce* ini menjadi penggerak ekonomi baru dalam bidang teknologi khususnya di Indonesia.⁴

Penggunaan media sosial sebagai media perdagangan terus meningkat disebutkan bahwa dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia, 170 juta di antaranya telah menggunakan media sosial. Dengan demikian, angka penetrasinya sekitar 61,8 persen. Angka pengguna aktif media sosial di Indonesia tersebut tumbuh sebesar 10 juta atau sekitar 6,3 persen dibandingkan bulan Januari 2020. Dalam periode yang sama, pengguna internet di Indonesia tumbuh 27 juta atau 15,5 persen menjadi 202,6 juta⁵. Hal ini disebabkan oleh berbagai manfaat yang didapat oleh perusahaan ataupun konsumen dengan melakukan transaksi melalui media sosial. Manfaat dari digunakannya jual beli secara *online* melalui media sosial ini adalah dapat menekan biaya operasional, menekan biaya pemasaranserta dapat meningkatkan kepuasan konsumen melalui kecepatan yang ditawarkan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan harapan konsumen.

Dropshipping merupakan penjualan produk yang dijual dengan harga yang

⁴Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, hal.3

⁵<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial> Diakses pada 14-09-2021 pukul 19.54

ditentukan oleh *supplier* tersebut atau kesepakatan harga bersama antara *supplier* dengan *dropshiper*.⁶⁶ Apabila kondisi barang (ikan) yang telah disetujui dan dipenuhi oleh pihak pembeli, maka langkah terakhir adalah dengan melakukan pemesanan oleh pihak pembeli yang menandakan suatu syarat persetujuan untuk perjanjian yang ditawarkan oleh pihak penjual. Seandainya pihak konsumen tidak setuju dengan barang (ikan) yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen hanya tinggal membatalkan transaksi dalam jangka waktu yang disetujui antara *dropshipping* dan pembeli.

Permasalahan di lapangan ialah pelaku *dropshipping* yang curang pada saat melakukan pemasaran di media sosial, salah satunya pelaku melebih-lebihkan kualitas barang (ikan) agar konsumen tertarik dengan barang (ikan) yang dipasarkan tanpa sepengetahuan *supplier* sesuai dengan hasil wawancara pada salah satu *supplier* yang menyebutkan bahwa sering para *dropshipping* mengedit warna pada foto tanpa sepengetahuan *supplier* sehingga, foto yang sudah di unggah ke media sosial oleh *dropshipping* tersebut tidak natural atau apa adanya. Dengan demikian akan menimbulkan komplain, dan yang terjadi sebagian besar *supplier* akan memukul rata pelaku *dropshipping* di media sosial melakukan hal yang sama.

Tatapi berdasarkan yang terjadi banyak penipuan terhadap konsumen. Semisal barang “ikan” yang di *posting* di media sosial tidak sesuai dengan barang “ikan” yang sesungguhnya. Sehingga bisa membuat para konsumen beralih ke toko *offline* atau ke *FishFram* langsung. Dengan demikian akan

⁶⁶ Muflihatul Bariroh, “Transaksi Jual Beli Dropshipping Dalam Perspektif Fiqh Muamalah.” Ahkam, Volume 4, Nomor 2, November 2016:199-216, 14 Desember 2020, hal. 2

merusak siklus jual beli terutama ikan hias melalui media sosial.

Dalam akad jual beli meskipun melalui media sosial tidak diperbolehkan maupun membenarkan praktik jual beli yang mengandung unsur penipuan. Dan dalam *Hadist* HR. Ibnu Hibban 2: 326 berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخَنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ . فَقِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ ،
أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ فَإِنَّهَا يُطْلَى بِهَا السُّنْفُنُ ، وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ ، وَيَسْتَصْبِحُ بِهَا النَّاسُ
. فَقَالَ « لَا ، هُوَ حَرَامٌ » . ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - عِنْدَ ذَلِكَ «
قَاتَلَ اللَّهُ الْيَهُودَ ، إِنَّ اللَّهَ لَمَّا حَرَّمَ شُحُومَهَا جَمَلُوهَا ثُمَّ بَاعُوه فَأَكَلُوا ثَمَنَهُ

Artinya; “Sesungguhnya, Allah dan Rosul-Nya mengharamkan jual beli kamer, Bangkai, Babi, dan Patung. “Ada yang bertanya, “Wahai Rasulullah, apa pendapatmu mengenai jual beli lemak bangkai, mengingat lemak bangkai itu dipakai untuk menambal perahu. Meminyaki kulit, dan dijadikan minyak untuk penerangan?” Nabi Shallallahu’alaihiWasa;am bersabda, “Semoga Allah melaknat Yahudi. Sesungguhnya, takkalaAllah mengharamkan lemak bangkai, mereka mencairkannya lalu menjual minyak dari lemak bangkai tersebut, kemudian mereka memakan hasil penjualannya.”⁷

Salah satu bentuk dari *Fiqh Muamalah* yang sering digunakan oleh manusia adalah kegiatan jual beli. Jual beli merupakan kegiatan menukar barang “ikan” sesuatu dengan sesuatu barang lain sebagai sarana memenuhi kebutuhan hidupnya.

Kedai Koi Centre adalah *supplier* ikan hias yang termasuk dalam golongan usaha mikro, kecil, dan menengah yang bertempat di Desa Ariyojeding Kecamatan Rejotangan. Ikan yang dibudidayakan oleh Kedai Koi Centre hanya berfokus pada ikan Koi. Mempunyai pasar hingga luar pulau Jawa dengan mengandalkan media sosial sebagai alat untuk memasarkan produk.

⁷Syaikh Al Albani, *Hadits Ash Shahihah*, ,(Ash Shahihah, No. 1058), h. 14.

Salah satu pembudidaya di Kedai Koicentre menuturkan bahwasanya media sosial memang sebagai senjata untuk memasarkan produk, tidak hanya dari kelompok Kedai Koicentre namun dari kelompok lain atau *dropshipper* yang mengambil barang dari Kedai Koicentre juga menggunakan media sosial dalam transaksinya. Dengan adanya media sosial tersebut telah memunculkan kecurangan-kecurangan dalam kegiatan transaksi jual beli. Sebagai contoh ada beberapa *dropshipper* yang melebih-lebihkan kualitas ikan yang tidak sesuai dengan kualitas aslinya seperti mengedit foto/vidio dengan mempertajam kualitas warna dari produk ikan hias yang dipasarkannya.

Alasan peneliti mengangkat penelitian praktik jual beli ikan hias dengan sistem *Dropshipping* dikarenakan ramainya jual beli yang ringkas dan praktis menggunakan berbagai media elektronik terutama praktik jual beli ikan hias. Sehingga dalam praktiknya banyak ditemukan berbagai problematika seperti ketidak jelasan akad dan bahkan penipuan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait **“Jual Beli Ikan Hias dengan Sistem *Dropshipping* dalam Perspektif *Fiqh Muamalah* (Studi Kasus pada Akun Media *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Instagram*)”**.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Setelah peneliti memaparkan latar belakang masalah di atas, maka untuk mempermudah pembahasan penelitian ini. Peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana praktik jual beli ikan hias dengan sistem *Dropshipping* pada akun media *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Instagram*?

2. Bagaimana tinjauan *fiqh mu'amalah* terhadap praktik jual beli ikan hias dengan sistem *Dropshipping* pada akun media *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Instagram*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui praktik jual beli ikan hias dengan sistem *Dropshipping* pada akun media *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Instagram*.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan tinjauan *fiqh mu'amalah* terhadap praktik jual beli ikan hias dengan sistem *Dropshipping* pada akun media *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Instagram*.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wacana keilmuan bagi masyarakat umum mengenai hukum jual beli ikan hias melalui media sosial dengan cara *dropshipping*, sehingga nantinya bisa dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin membahas pada bidang yang sama. Dan bagi pihak-pihak terkait diharapkan penelitian ini bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam memutuskan tentang keberadaan praktik jual beli ikan hias.

2. Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan solusi

alternatif terhadap permasalahan yang dihadapi, antara lain untuk:

a. Penjual

Penelitian ini diharapkan mampu menjawab kebingungan yang terjadi pada praktik penjualan ikan hias, supaya penjualan sesuai dengan prinsip jual beli menurut Islam serta bisa terhindar dari perselisihan.

b. Pembeli

Pembeli dapat berhati-hati dan mampu mengetahui jual beli yang baik menurut Islam serta terhindar dari jual beli yang mengandung unsur penipuan.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari salah dalam menafsirkan maka perlu dijelaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul proposal ini, yaitu:

1. Konseptual

a. Jual beli

Jual beli adalah pertukaran benda dengan benda lainnya dengan jalan saling meridhai atau memindahkan hak milik disertai penggantian dengan cara yang dibolehkan.⁸ Maka dapat dipahami Jual beli ialah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan

⁸ Zaenal Abidin, *Fiqh Ibadah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 51

perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.

b. Ikan Hias

Ikan hias merupakan sejenis ikan yang termasuk dalam ikan mas, ikan mas koki, ikan cupang dan banyak ikan hias yang lainnya. (*cyprinus*) yang mempunyai ornamen sangat indah dan jinak.⁹ Ikan hias adalah jenis ikan baik yang berhabitat di air tawar maupun di laut yang dipelihara bukan untuk konsumsi melainkan untuk memperindah taman/ruang tamu.

c. Media sosial

Media sosial adalah perpaduan sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (*onetomany*) menjadi dialog (*manytomany*) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembuka konten menjadi penerbit konten. Media sosial telah menjadi sangat populer karena memberikan kesempatan bagi orang-orang untuk di dunia *Online* dalam bentuk hubungan personal, Politik dan kegiatan bisnis, menurut Kertajaya.¹⁰ Media sosial atau sering juga disebut sebagai sosial media adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaanya. Medsos dalam penelitian ini adalah *facebook, instagram, dan whatsapp*.

⁹Analisis Bisnis Usaha Budidaya Ikan Koi, <http://www.belajarkreatif.net/2013/09/.html>, diakses 10 januari 2016 pukul 20.00

¹⁰ Anthony Adornato, *Mobile and Social Media Journalism, A Practical Guide*. (United Kingdom: SAGE Publications 2018), hal 35-36.

d. *Dropshipping*

Dropshipping merupakan penjualan produk yang memungkinkan *dropshipper* menjual barang kepada pelanggan dengan bermodalkan foto dari *supplier* (tanpa harus menyetok barang) dan menjual ke pelanggan dengan harga yang ditentukan oleh *dropshipper*.¹¹ Maka *Dropship* adalah sebuah sistem bisnis dimana seseorang yang menjalankan sistem bisnis ini melakukan penjualan barang tanpa melakukan stok barang.

e. *Fiqh Muamalah*

Ilmu tentang hukum-hukum syariah amaliyah yang digali dari dalil-dalil terperinci, serta aturan-aturan Allah yang wajib ditaati yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitannya dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda.¹² Maka *fiqh muamalah* dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang kegiatan atau transaksi yang berdasarkan hukum-hukum syariat.

2. Operasional

Praktik Jual beli yang menjadi sorotan dalam penelitian ini adalah praktik sistem jual beli yang objeknya berupa ikan hias. Saat ini ikan hias merupakan komoditas yang lumayan menjanjikan. Praktik dan pelaksanaan jual beli ikan dikaji menurut perspektif *fiqhmu'amalah*. Penelitian ini membahas tentang pelaksanaan jual beli ikan hias dengan menggunakan media sosial melalui *dropshipping* dalam perspektif *Fiqh Muamalah* Ds. Ariyojeding Kec. Rejotangan Kab. Tulungagung.

¹¹ Muflihatul Bariroh, "Transaksi Jual Beli Dropshipping Dalam Perspektif Fiqh Muamalah." Ahkam, Volume 4, Nomor 2, November 2016:199-216, 14 Desember 2020, hal. 2.

¹² Zaenal Abidin, *Fiqh ...*, hal. 2

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hal yang akan penulis bahas dalam penulisan penelitian ini, yaitu menguraikan isi penulisan dalam enam bab, dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I merupakan Pendahuluan, berisi uraian mengenai konteks penelitian, fokus dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, serta kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan yang dimaksudkan agar pembaca dapat mengetahui konteks penelitian.

Bab II yaitu Kajian Teori, yang terdiri dari kajian fokus pada penelitian yang dapat digunakan sebagai bahan analisa dalam membahas objek penelitian. Pada bab ini peneliti memaparkan tentang *Fiqh Muamalah*, jual beli, Jual Beli Sistem *Dropshipping*, Hukum Jual Beli di Sosial Media, macam-macam jual beli, dan penelitian terdahulu.

Bab III merupakan Metode Penelitian, pada bab ini diuraikan beberapa metode yang dipakai dalam rangka mencapai hasil penelitian secara maksimal, yaitu pendekatan penelitian, jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV : Hasil Penelitian yang berisi tentang deskripsi obyek penelitian, paparan data dan hasil penelitian. Paparan data tentang praktik jual beli ikan hias menggunakan sistem *dropshipping* dengan media sosial dalam perspektif *fiqh mu'amalah*, dan temuan penelitian. Bab ini disusun sebagai bagian dari

upaya menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam fokus penelitian.

Bab V merupakan Pembahasan yang berisi tentang praktik jual beli ikan hias menggunakan sistem *dropshipping* dengan media sosial, dan praktik jual beli ikan hias menggunakan sistem *dropshipping* dengan media sosial dalam perspektif *Fiqh Muamalah*.

Bab VI mengenai Penutup penelitian, pada bab ini akan memuat kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan semua hal yang telah dibahas dalam penulisan penelitian ini. Sehingga dapat menarik sebuah kesimpulan serta saran yang bersifat membangun dan diharapkan berguna pada masyarakat luas.