

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi telah mempengaruhi masyarakat serta menciptakan ritme baru dalam kemajuan. Inovasi teknologi telah menghasilkan digitalisasi yang mempercepat aliran informasi, mengubah struktur ekonomi di tingkat global maupun nasional. Perkembangan teknologi telah mendorong perubahan dalam kebiasaan individu, terutama dalam bidang ekonomi saat melakukan transaksi jual beli. Pada masa lalu, transaksi ini umumnya dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli di pasar fisik. Namun, di era digital saat ini, fenomena baru dalam sektor ekonomi adalah transaksi jual beli yang memanfaatkan media elektronik.² Dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat sangat sering menggunakan transaksi jual beli. Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara dua belah pihak, yang mana satu menerima benda-benda dan pihak lainnya yang menerima sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah

² Dian Amintaprawati Purwandini, Irwansyah, *Komunikasi Korporasi Pada Era Industri 4.0*, *Jurnal Ilmu Sosial* Vol 17 No.1, Januari-Juni 2018, h 53-56, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/ilmusos/article/view/18370/14462>. (Di Akses pada 27 November 2024)

dibenarkan oleh syara” dan disepakati³. Aktivitas perdagangan melalui internet ini dikenal dengan sebutan E-Commerce (perdagangan elektronik).

Internet adalah sambungan antara jaringan komputer, yang merupakan salah satu kemajuan dalam teknologi telekomunikasi. Internet, sebagai sarana komunikasi elektronik dan informasi, telah banyak digunakan untuk berbagai tujuan, seperti browsing web, mencari informasi dan berita, mengirim pesan melalui email, berinteraksi melalui situs jaringan sosial, dan melakukan perdagangan. Istilah "*e-commerce*", atau "*Online*", mengacu pada aktivitas perdagangan yang memanfaatkan media internet ini.⁴ Internet memberi penggunanya banyak hal untuk dilakukan, salah satunya adalah menjadi tempat jual beli. Tempat ini dapat digunakan sebagai tempat untuk berbisnis, dan bagi pebisnis internet, tempat ini adalah tempat untuk mencari keuntungan. Tentu saja, hal ini dapat dicapai dengan mengoptimalkan penggunaan internet hal yang ada. Banyak bisnis yang menggunakan internet sebagai media telah mulai mempelajari cara mengoptimalkan penggunaan internet, yang disebut "jual beli *online*". Jual beli *online*, juga dikenal sebagai "*bisnis online*", adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan melalui jaringan internet dan bertujuan untuk menghasilkan keuntungan bagi individu, organisasi, atau kelompok yang melakukannya.⁵ Dalam proses jual beli, pedagang dan pembeli tidak harus

³ Hendi suhendi, *fiqh muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 68

⁴ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia* (Jakarta: Rafika Aditama, 2004), hlm 1

⁵ Wahana Komputer, *Membangun Usaha Bisnis Dropshipping*, (Jakarta: Gramedia, 2013) hlm, 2.

bertemu secara langsung atau berbicara satu sama lain. Selain itu, pembeli dan pedagang memiliki kemampuan untuk melakukan transaksi dari jarak jauh, baik antar negara, pulau, atau bahkan ke seluruh dunia. Jual beli (bisnis) online tidak mengenal ruang dan waktu karena dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, kapan saja. Oleh karena itu, dengan pangsa pasar yang luas dan berbagai kemudahan yang tersedia, dapat dikatakan bahwa jual beli (bisnis) online tidak pernah mati..⁶ Electronic commerce atau e-commerce, istilah untuk transaksi atau bisnis yang dilakukan melalui dunia virtual (dunia maya) atau media internet, sudah cukup lama dikenal di Indonesia. Pada tahun 2016, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 88.1 juta dan nilai transaksi yang dilakukan oleh masyarakat mencapai 130 triliun rupiah.⁷

Jual beli online ada yang menggunakan situs electronic commerce seperti tokopedia,shopee,lazada,ada juga yang menggunakan media sosialk. Facebook adalah salah satu media sosial yang paling populer dan digunakan pada saat melakukan praktik jual beli secara online. Hal ini karena platform Facebook memiliki Facebook marketplace atau perantara seperti grup jual beli online untuk pengguna Facebook, terdapat beberapa grup yang banyak melakukan transaksi jual beli mulai dari kuliner,barang elektronik seperti *handphone* dan yang lainnya. Konsumen harus berhati-hati saat membeli barang online karena biasanya ada perjanjian antara pelaku usaha dan

⁶ www.google.com, Di akses, November, 2024

⁷ Amelia Anggraini, "*E-Commercedi Indonesia dan perkembangannya*", dikutip dari <http://sis.binus.ac.id> Diakses pada tanggal 18 november 2024 pukul 22:00, hlm.1.

konsumen. Oleh karena itu, transaksi elektronik ini hanya terjadi ketika ada penawaran yang dikirimkan kepada penerima dan persetujuan untuk menerimanya, setelah kedua belah pihak mencapai persetujuan, tahapan selanjutnya adalah melakukan pembayaran, pembayaran dengan uang tunai, melalui ATM, kartu kredit, atau melalui perantara pihak ketiga seperti Rekber (rekening bersama).

Salah satunya adalah Group Facebook Jual Beli *Handphone* Bekas Tulungagung Group Facebook Jual Beli *Handphone* Bekas Tulungagung ini memiliki banyak anggota yaitu 176.59 anggota.⁸ dalam satu hari grup tersebut memposting sebanyak 5000 unggahann artinya dalam satu hari tersebut beberapa orang melakukan penawaran/menjual *handphone* di group tersebut, selain itu Group Facebook Jual Beli *Handphone* Bekas Tulungagung sangat diminati oleh para pelanggan karena bebas melakukan tawar menawar dan memilih barang. Akan tetapi disamping itu juga banyak terjadi berbagai masalah pada saat transaksi penjualan melalui Facebook tersebut diantaranya para pihak tidak menggunakan identitas data diri yang sebenarnya kebanyakan dari mereka menggunakan akun media sosial yang palsu , dalam pelaksanaannya transaksi jual beli di media sosial terutama di Facebook banyak terjadi permasalahan seperti ketidaksesuaian barang, pengiriman yang tidak

⁸ Laman media sosial Facebook, group Facebook jual beli handphone bekas Tulungagung, Pada Tanggal 10 November 2024.

tepat waktu serta pembatalan pembelian dari salah satu pihak baik penjual maupun pembeli.⁹

Salah satu kasus dari transaksi jual beli barang elektronik bekas Di Group Facebook Jual Beli *Handphone* Bekas Tulungagung ang menimpa pada salah satu pembeli di grup tersebut terjadi pada bulan agustus. Berdasarkan informasi dari pembeli tersebut mulanya pembeli ini mencari *handphone* pada Group Facebook Jual Beli *Handphone* Bekas Tulungagung namun barang yang diterima tidaklah sesuai dengan *handphone* yang telah disepakati pada proses transaksi yang dilakukan.¹⁰ Pembeli ini memesan *handphone* merek iphone 11 dan pembayarannya sudah ditransfer akan tetapi pada saat barang datang banyak terjadi kerusakan diantaranya yaitu layar tiba tiba muncul garis garis hitam, kamera yang tidak stabil dan saat digunakan hanya beberapa jam saja baterai health sudah menurun drastis dan tersisa 60%.¹¹ Namun saat dimintai pertanggung jawaban penjual tersebut justru tidak bisa dapat dihubungi dan tidak ada kabar sampai sekarang, kasus tersebut merupakan salah satu dari beberapa pembeli yang merasa dirugikan oleh para penjual yang tidak amanah.¹² Di Indonesia, berbagai ketentuan yang berkaitan dengan bisnis syariah telah dirumuskan dalam fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Fatwa-fatwa tersebut

⁹Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004, hlm 16

¹⁰ Ibid., hlm 15

¹¹ Ibid., hlm 16

¹² Ibid., hlm 17

berisi aturan dan ketentuan hukum yang berkaitan dengan berbagai bentuk bisnis kontemper ditinjau dari perspektif islam. Fatwa-fatwa ini dapat dijadikan pendoman bagi para pihak yang ingin berbisnis sesuai dengan aturan dan ketentuan syariah¹³.

Menurut DSN Fatwa MUI, akad jual beli adalah perjanjian antara penjual (*al-ba'i*) dan pembeli (*al-musyitari*), yang mengakibatkan pindahnya kepemilikan barang (*mabi atau mutsman*) dan harga (*tsaman*). Setiap akad jual beli harus memenuhi syaratnya. Jika tidak, perjanjian itu batal.¹⁴ Salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam DSN Fatwa MUI dan KUHper adalah jual beli. Model transaksi jual beli online pada dasarnya menggunakan teknologi baru seperti e-commerce atau internet sebagai media transaksi. Dalam praktiknya, melakukan jual beli secara online menimbulkan beberapa masalah, seperti pembeli yang seharusnya membayar sejumlah harga barang atau jasa yang mereka beli tetapi tidak membayar. Selama tidak ada dalil dari Al-Qur'an atau Sunnah yang mengharamkannya, agama Islam mengizinkan segala jenis hukum transaksi. Oleh karena itu, apabila terjadi transaksi bisnis baru, seseorang harus memikirkan apakah Al-Qur'an atau Sunnah mengharamkannya. Hukum menjadi haram (terlarang) jika ada yang mengharamkan, jika tidak ada dalil Al-Qur'an yang mengharamkannya, hukumnya mubah (diperbolehkan).¹⁵ Akad *salam* mirip dengan akad jual beli

¹³ Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 3

¹⁴ <https://dsnemui.or.id/> Diakses pada tanggal 18 November 2024 pukul 22:50 WIB

¹⁵ Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 2

online, tetapi akad *salam* adalah pesanan yang dibayar di depan dan barang diberikan di kemudian hari.¹⁶ Menurut semua mazhab yang berkaitan dengan *aqid* (para pihak), syarat jual beli harus *mumayyiz*, dan syarat *shighat* harus dilaksanakan dalam satu majlis, antara keduanya tidak terputus, tidak tergantung pada sesuatu yang lain, dan tidak dibatasi oleh waktu tertentu. Dalam hal obyek jual beli, syaratnya harus *mutaqawwim*, suci, wujud (ada), dan diketahui secara jelas.¹⁷ Karena perjanjian yang dibuat melalui media internet dianggap sebagai perjanjian standar atau perjanjian baku, mereka juga harus memenuhi persyaratan pasal 18 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya yang berkaitan dengan ketentuan pencantuman baku dalam perjanjian standar. Pihak kreditur selalu secara sepihak membuat perjanjian baku, yang biasanya mengandung syarat-syarat yang membatasi kewajiban kreditur. Klausula eksesorasi, yang memiliki konsekuensi yuridis bahwa pihak debitur hanya memiliki dua pilihan: menerima atau menolak persyaratan tersebut.¹⁸

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji tentang pelaksanaan jual beli online melalui Facebook dan selanjutnya akan dikemukakan dalam bentuk skripsi yang berjudul “Jual beli *Handphone* Bekas Melalui Media Sosial Perspektif Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor

¹⁶ Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Logung Putaka, 2009), hlm 159

¹⁷ Gufron A. Mas’adi, *Fiqh Muamalah Kontektual* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 124-125

¹⁸ Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia (Konsep, Regulasi, dan Implementasi)* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010), hlm 200.

146/DSN-MUI/IX/2021 Tentang Jual Beli *Online* (Studi Kasus Pada Group Facebook Jual Beli *Handphone* Bekas di Tulungagung)”

B. Rumusan Masalah

Dari konteks penelitian dan latar belakang diatas maka penulis akan merumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana jual beli *Handphone* bekas di media sosial pada Group Facebook di Tulungagung?
2. Bagaimana tinjauan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 146/DSN-MUI/IX/2021 terhadap jual beli *Handphone* bekas di media sosial pada Group Facebook di Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk memaparkan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana jual beli *online* di media sosial pada Group Facebook Jual Beli *Handphone* Bekas Tulungagung
2. Mengetahui, menjelaskan dan menganalisis tinjauan Fatwa Majelis ulama Indonesia nomor 146/DSN-MUI/IX/2021 tentang jual beli *Handphone* bekas di media sosial mengenai jual beli *online* di media sosial pada Group Facebook Jual Beli *Handphone* Bekas Tulungagung

C. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan beberapa tujuan masalah yang peneliti paparkan, maka peneliti berharap agar penelitian ini bisa memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan dapat menjadi bahan kajian, memperluas, mengembangkan dan menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang praktik jual beli barang elektronik bekas yang sesuai dengan perspektif Fatwa Majelis Ulama di media sosial terutama pada Facebook.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penjual

Penelitian ini memberikan panduan bagi penjual tentang ketentuan yang harus dipatuhi dalam transaksi jual beli barang elektronik bekas di media sosial, khususnya yang berkaitan dengan Fatwa Majelis Ulama Indonesia. Hal ini membantu penjual menghindari potensi pelanggaran hukum dalam kegiatan jual beli secara daring. Melalui penelitian ini, penjual dapat memahami aspek-aspek yang membuat transaksi jual beli sah dan halal menurut Fatwa Majelis Ulama Indonesia. Pemahaman ini dapat meningkatkan kepercayaan pembeli dan memperkuat reputasi penjual dalam kelompok jual beli di media sosial. Dengan memahami ketentuan Fatwa Majelis Ulama Indonesia, penjual dapat menghindari praktik jual beli yang

melanggar hukum, seperti penyebaran informasi palsu atau menyesatkan. Hal ini melindungi penjual dari risiko tuntutan hukum dari pembeli yang merasa dirugikan.

b. Bagi Pembeli

Penelitian ini membantu pembeli memahami hak-hak pembeli dalam transaksi jual beli barang elektronik bekas di media sosial. Dengan pemahaman ini, pembeli dapat melindungi diri dari praktik penipuan atau informasi yang menyesatkan dari penjual. Dengan adanya pengaturan berdasarkan Fatwa Majelis Ulama Indonesia, Penelitian ini memberikan wawasan kepada pembeli tentang prinsip-prinsip jual beli yang sah dan sesuai syariat Islam. Dengan mengetahui bahwa transaksi tersebut telah mematuhi Fatwa Majelis Ulama Indonesia dan UU ITE, pembeli akan merasa lebih aman dan percaya saat melakukan pembelian barang elektronik bekas di media sosial.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu acuan bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti dalam mengkaji aspek hukum jual beli berbasis syariah yang terintegrasi dengan regulasi nasional, seperti Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 146 DSN-MUI/IX/2021 Tentang Jual Beli *Online*

d. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan landasan dalam mengkaji lebih lanjut topik jual beli barang elektronik bekas melalui media sosial. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang bagi peneliti selanjutnya untuk mengeksplorasi aspek-aspek lain, seperti efektivitas pengawasan pemerintah, perilaku konsumen, atau dampak dari implementasi regulasi tersebut.

D. Penegasan Istilah

Adapun penegasan istilah dalam penelitian ini, dibagi dalam dua kategori yaitu penegasan secara konseptual dan operasional :

1. Penegasan Konseptual

Agar di dalam penelitian tidak terjadi adanya penafsiran yang berbeda dengan maksud peneliti, maka peneliti akan menjelaskan istilah pada judul penelitian ini. Istilah yang perlu peneliti jelaskan adalah, sebagai berikut:

a. Jual Beli

Jual beli adalah suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli dengan kesepakatan harga tertentu. Dalam jual beli, penjual menyerahkan barang atau jasa kepada pembeli, sementara pembeli memberikan imbalan berupa uang atau barang lain yang disepakati. Tujuan utama dari jual beli adalah memenuhi kebutuhan atau keinginan kedua belah pihak secara adil dan saling menguntungkan. Jual beli adalah suatu

proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli dengan kesepakatan harga tertentu. Dalam jual beli, penjual menyerahkan barang atau jasa kepada pembeli, sementara pembeli memberikan imbalan berupa uang atau barang lain yang disepakati. Tujuan utama dari jual beli adalah memenuhi kebutuhan atau keinginan kedua belah pihak secara adil dan saling menguntungkan.¹⁹

b. Media Sosial

Dua kata dalam istilah media sosial adalah "media" dan "sosial". "Media" mengacu pada alat komunikasi, dan "sosial" mengacu pada kenyataan sosial bahwa setiap orang melakukan hal-hal yang bermanfaat bagi masyarakat. Menurut pernyataan ini, semua perangkat lunak dan media sebenarnya "sosial", artinya keduanya merupakan produk dari proses sosial.²⁰

c. Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang jual beli

Mengkritisi fatwa MUI tentang pemanfaatan media sosial dalam berinternet dalam kebutuhan muamalah, telah menyampingkan satu aspek yang cukup mendasar yaitu unsur e-commerce (pedagangan online) dalam amar fatwa. Mengamati data pengguna internet di Indonesia, data menunjukkan bahwa terdapat sekitar 82

¹⁹ Rachmat Syafiei, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia. 2001. hlm. 73

²⁰ Mulawarman, *Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*, Buletin Psikologi, Vol. 25, No. 1, (2017), hlm. 23

juta pengguna internet cenderung mengunjungi situs online shop dan 71.6 juta cenderung mengunjungi situs media sosial. Data ini sekaligus memberi kesan bahwa keterwakilan pengguna media sosial dalam dunia maya memang mewakili mayoritas pengguna, namun pada sisi lain melupakan eksistensi pengguna yang cenderung kepada online shop yang menjadi mayoritas pengguna.²¹

d. Grup Facebook Jual Beli *Handphone* Bekas Tulungagung

Group ini menjadi salah satu grup jual beli *handphone* yang memiliki banyak anggota yaitu sejumlah 176.759 anggota dan berdiri sejak tahun 2020. Pada Grup Facebook Jual Beli *Handphone* Bekas Tulungagung dalam unggahan hariannya terdapat 5000 postingan yang artinya dalam satu hari terdapat 5000 orang yang melakukan penawaran ataupun menjual *handphone* di group tersebut.²²

Penegasan Operasional

Berdasarkan definisi konseptual di atas, maka yang dimaksud dengan judul “Jual Beli Barang Elektronik Bekas Melalui Media Sosial Perspektif Fatwa Majelis Ulama Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Transaksi Elektronik”

²¹ Barlinti, Yeni Salma, 2010, *Kedudukan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Dalam Sistem Hukum Nasional*, Jakarta, Balitbang dan Diklat Kemenag RI. H.143

²² Ibid., hlm.10

adalah penelitian ini bermaksud untuk mengkaji dan menganalisis terkait praktik jual beli barang elektronik bekas melalui media sosial dari perspektif hukum dan fatwa yang berlaku

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penulisan dan pemahaman secara menyeluruh tentang skripsi ini, maka sistematika laporan dan pembahasannya telah disusun sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, bab ini berisi tentang gambaran awal penelitian yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka, bab ini memuat tentang tinjauan pustaka atau kajian teori serta hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian mengenai transaksi jual beli barang elektronik bekas melalui media sosial pada Group *Facebook* Jual Beli Handphone Bekas Tulungagung.

Bab III Metode Penelitian, bab ini terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap tahap penelitian. Pada bab ini digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian agar sesuai dengan apa yang diharapkan.

Bab IV Paparan Hasil Penelitian, bab ini berisi paparan data dan temuan penelitian. Di mana meliputi deskripsi data pada penelitian dan jawaban dari pertanyaan penelitian yang didapatkan dari penelitian secara

langsung terkait jual beli barang elektronik bekas melalui media sosial pada Group Facebook Jual Beli *Handphone* Bekas Tulungagung.

Bab V Pembahasan, bab ini berisi pembahasan dari hasil penelitian yang diperoleh mengenai mekanisme transaksi jual beli barang elektronik bekas melalui media sosial pada Group Facebook Jual Beli *Handphone* Bekas Tulungagung, selanjutnya dianalisis dalam bentuk deskriptif.

Bab VI Penutup, bab ini berisi kesimpulan yang merupakan bagian akhir dari laporan penelitian ini sekaligus sikap akhir dari penulis mengenai permasalahan yang di dalamnya. Selain kesimpulan mengenai hasil penelitian, penulis menyampaikan pula hasil pemikiran yang berupa rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya kelak.