

ABSTRAK

Skripsi judul “Praktik Jual Beli Emas Secara *Online* Melalui Media Sosial Perspektif Fatwa DSN-MUI (Studi Kasus Pada Toko Emas Baru Makmur Kepanjen, Malang)” ini ditulis oleh Ayunda Fikrotus Shofa, NIM. 126101213218, dengan pembimbing Lailatul Nikmah, M.Pd

Kata Kunci: Jual Beli, Emas, *Online*, Media Sosial, Fatwa DSN-MUI.

Konteks penelitian ini ditalarbelakangi oleh munculnya praktik jual beli emas *online* melalui media sosial menggunakan fitur *story*. Memanfaatkan fitur *Story* untuk menawarkan produk mereka secara langsung kepada jaringan kontak mereka. Hal ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengetahui harga dan produk yang ditawarkan tanpa perlu membuka aplikasi lain atau mengunjungi toko secara langsung. Fenomena yang menjadi dasar pemilihan objek penelitian ini adalah keberanian Toko Emas Baru Makmur Kepanjen dalam menerapkan sistem jual beli emas secara *online*, khususnya melalui sosial media seperti WhatsApp, Instagram dan Facebook. Hal ini belum diikuti oleh toko emas lain di kawasan Pasar Kepanjen, yang masih enggan melakukan hal serupa karena sifat emas sebagai komoditas yang bernilai tinggi, sehingga menimbulkan kekhawatiran terhadap risiko keamanan transaksi maupun kepercayaan konsumen dalam jual beli secara *online*. Keberanian dan inovasi tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana praktik tersebut dijalankan serta sejauh mana kesesuaiannya dengan ketentuan syariah.

Fokus dan Pertanyaan penelitian ini meliputi (1) bagaimana praktik jual beli emas secara *online* melalui aplikasi Whatsapp di toko emas baru makmur Kepanjen Malang? (2) bagaimana analisis praktik jual beli emas secara *online* di toko emas baru makmur Kepanjen Malang menurut ketentuan Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai? (3) bagaimana analisis praktik jual beli emas secara *online* di toko emas baru makmur Kepanjen Malang menurut ketentuan Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam?

Metode Penelitian dengan menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Jenis penelitian menggunakan *field research* (penelitian lapangan). Penelitian ini dilakukan di Toko Enas Baru Makmur Kepanjen, yang berlokasi di Pasar Kepanjen Jl. A. Yani No. 64B, Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang. Peneliti akan secara langsung mengobservasi dan berinteraksi dengan pemilik Toko Emas Baru Makmur Kepanjen untuk memahami detail praktik jual beli emas secara *online*. Sumber data yang diteliti adalah dari data yang diperoleh secara langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung kemudian diteliti serta dianalisa dengan menyesuaikan teori-teori yang diperoleh dari data sekunder seperti referensi beberapa buku, laporan penelitian, dan berbagai karya tulis ilmiah lainnya. Teknik pengumpulan data menggunakan

beberapa metode, seperti: observasi, wawancara dan dokumentasi. Aktivitas dalam analisis data penelitian ini adalah sebagai berikut: reduksi data, penyajian data dan *verification*. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode dalam pengujian keabsahan data. Tahap-tahap penelitian ini dimulai dari tahap pendahuluan, penentuan masalah dan tujuan dari masalah, pengumpulan data, analisis dan pembahasan sampai tahap penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa:(1) praktik jual beli emas secara *online* melalui aplikasi Whatsapp di toko emas baru makmur Kepanjen Malang memanfaatkan fitur *story* pada tiga media sosial, yaitu WhatsApp, Instagram dan Facebook untuk mempromosikan emas. Calon pembeli yang tertarik dapat langsung menghubungi penjual melalui WhatsApp untuk melanjutkan transaksi. Pembeli akan bertanya lebih lanjut mengenai informasi terkait kadar, berat, harga. Jika pembeli sudah cocok transaksi akan dilanjutkan pada pilihan metode pembayaran juga pengiriman yang disediakan toko. Barang akan dikemas dan dikirim sesuai dengan kesepakatan (2) analisis praktik jual beli emas secara *online* melalui media sosial di toko emas baru makmur Kepanjen Malang perspektif Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai menunjukkan bahwa mekanisme transaksi yang diterapkan telah sesuai dengan ketentuan dalam fatwa (3) analisis praktik jual beli emas secara *online* melalui media sosial di toko emas baru makmur Kepanjen Malang perspektif Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam menunjukkan bahwa mekanisme transaksi yang diterapkan telah sesuai dengan ketentuan dalam fatwa

ABSTRACT

The thesis entitled "The Practice of Online Gold Trading Through Social Media from the Perspective of DSN-MUI Fatwa (Case Study at Toko Emas Baru Makmur Kepanjen, Malang)" was written by Ayunda Fikrotus Shofa, NIM. 126101213218, under the supervision of Lailatul Nikmah, M.Pd. **Keywords:** Trading, Gold, Online, Social Media, DSN-MUI Fatwa.

This research was motivated by the emergence of online gold trading practices via social media using the "story" feature. Sellers use this feature to directly offer their products to their contact networks, making it easier for consumers to view prices and product information without opening another app or visiting the store in person. The reason for selecting this research object is the courage of Toko Emas Baru Makmur Kepanjen in implementing an online gold trading system, especially through social media platforms such as WhatsApp, Instagram, and Facebook. This innovation has not yet been followed by other gold shops in the Kepanjen Market area, many of which remain reluctant due to the high value of gold and concerns about transaction security and customer trust in online sales. This bold move and innovation raise questions regarding how the practice is carried out and the extent to which it complies with sharia provisions.

This research focuses on the following questions: (1) How is the practice of online gold trading via WhatsApp carried out at Toko Emas Baru Makmur Kepanjen, Malang? (2) How is the practice analyzed according to DSN-MUI Fatwa No. 77/DSN-MUI/V/2010 on Non-Cash Gold Trading? (3) How is the practice analyzed according to DSN-MUI Fatwa No. 05/DSN-MUI/IV/2000 on Salam Contracts?

The research used a qualitative method with descriptive-analytical techniques. This type of research is field research. The study was conducted at Toko Emas Baru Makmur Kepanjen, located at Pasar Kepanjen, Jl. A. Yani No. 64B, Kepanjen District, Malang Regency. The researcher conducted direct observation and interacted with the store owner to understand the details of online gold trading practices. Data sources were obtained through direct interviews with informants and analyzed by correlating them with secondary data such as references from books, research reports, and other scientific literature. Data collection techniques included observation, interviews, and documentation. The data analysis steps included data reduction, data presentation, and verification. The research applied source and method triangulation to test the validity of the data. The research stages included preliminary study, problem identification and objectives, data collection, analysis and discussion, and conclusion.

The results show that: (1) The practice of online gold trading via WhatsApp at Toko Emas Baru Makmur Kepanjen utilizes the story feature on three social

media platforms: WhatsApp, Instagram, and Facebook. Interested buyers contact the seller directly via WhatsApp to proceed with the transaction. Buyers inquire further about the gold's karat, weight, and price. If they agree, the transaction proceeds with the chosen payment and delivery methods. The product is packed and shipped as agreed (2) The analysis based on DSN-MUI Fatwa No. 77/DSN-MUI/V/2010 on Non-Cash Gold Trading also shows that the transaction mechanisms are in accordance with the fatwa guidelines (3) The analysis based on DSN-MUI Fatwa No. 05/DSN-MUI/IV/2000 on Salam Contracts shows that the implemented transaction mechanisms comply with the fatwa provisions.

ملخص

الأطروحة بعنوان " ممارسات البيع والشراء الإلكتروني للذهب عبر وسائل التواصل الاجتماعي من منظور فتوى هيئة المحاسبة الشرعية - المجلس الوطني للإفتاء (دراسة حالة في متجر بارو ماكور كموور كولد ستوف ، كفانجن مالاغ)" كتبها ايوندا فكرة الصفى ، نام. ١٢٦١٠١٢١٣٢١٨، مع المشرف ليلات النكمة ، مفد

الكلمات المفتاحية: البيع والشراء ، الذهب ، وسائل التواصل الاجتماعي ، واتس اف، فتوى دسن-ماي.

يُشكل سياق هذه الدراسة ظهور ممارسات البيع والشراء الإلكتروني للذهب عبر وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام ميزة "القصص". حيث يستخدم أصحاب المتاجر هذه الميزة لعرض منتجاتهم مباشرةً على شبكة جهات الاتصال لديهم. يُتيح هذا الأمر للعملاء سهولة في معرفة الأسعار والمنتجات المعروضة دون الحاجة إلى فتح تطبيقات أخرى أو زيارة المتجر مباشرةً. وتتمثل الظاهرة التي شكّلت أساس اختيار موضوع الدراسة في جراءة متجر الذهب الجديد المزدهر في كيبانجن على تطبيق نظام البيع والشراء الإلكتروني للذهب، خاصةً عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل واتساب وإنستغرام وفيسبوك. وهذا الأمر لم تقم به متاجر الذهب الأخرى في منطقة سوق كيبانجن، والتي لا تزال مترددة في القيام بذلك بسبب طبيعة الذهب كسلعة عالية القيمة، مما يثير مخاوف بشأن مخاطر أمن المعاملات أو ثقة المستهلكين في البيع والشراء الإلكتروني. وقد أثارت هذه الجراءة والابتكار تساؤلات حول كيفية تطبيق هذه الممارسات ومدى توافقها مع الأحكام الشرعية.

يركز البحث ويتناول الأسئلة التالية: (١) كيف تتم ممارسات البيع والشراء الإلكتروني للذهب عبر تطبيق واتساب في متجر الذهب الجديد المزدهر في كيبانجن، مالاغ؟ (٢) كيف يُحلل تطبيق ممارسات البيع والشراء الإلكتروني للذهب في متجر الذهب الجديد المزدهر في كيبانجن، مالاغ، وفقاً لأحكام فتوى هيئة المحاسبة الشرعية - المجلس الوطني للإفتاء رقم ٧٧/هيئة المحاسبة الشرعية - المجلس الوطني للإفتاء/٥/٢٠١٠ بشأن البيع والشراء غير النقدي للذهب؟ (٣) كيف يُحلل تطبيق ممارسات البيع والشراء الإلكتروني للذهب في متجر الذهب الجديد المزدهر في كيبانجن، مالاغ، وفقاً لأحكام فتوى هيئة المحاسبة الشرعية - المجلس الوطني للإفتاء رقم ٠٥/هيئة المحاسبة الشرعية - المجلس الوطني للإفتاء/٤/٢٠٠٠ بشأن البيع السلم؟

اعتمدت الدراسة منهجاً بحثياً نوعياً بمنهج تحليلي وصفي. ونوع البحث هو بحث ميداني. أُجري البحث في متجر الذهب الجديد المزدهر في كيبانجن، الواقع في سوق كيبانجن، شارع أ. ياني رقم ٦٤، منطقة كيبانجن، مقاطعة مالاغ. ستقوم الباحثة بمراقبة وتفاعل مباشر مع صاحب متجر الذهب الجديد المزدهر في كيبانجن لفهم تفاصيل ممارسات البيع والشراء الإلكتروني للذهب. وتمثل البيانات التي تمّ البحث فيها بيانات مُجمعة مباشرةً باستخدام تقنية مقابلات مع المُخبرين أو المصادر المباشرة، ثمّ تمّ تحليلها وفقاً للنظريات المُستخلصة من البيانات الثانوية، مثل مراجع بعض الكتب، وتقارير البحوث، ومجموعة من الأعمال الأكاديمية الأخرى. استخدمت الدراسة عدة تقنيات لجمع البيانات، مثل: الملاحظة، والمقابلة، والتوثيق. وتتمثل أنشطة تحليل البيانات في هذه الدراسة فيما يلي: اختزال البيانات، وعرض البيانات، والتحقق. استخدمت الدراسة تقنية التثليث في المصادر والأساليب للتحقق من صحة البيانات. بدأت مراحل الدراسة من المرحلة التمهيدية، وتحديد المشكلة وأهدافها، وجمع البيانات، والتحليل والمناقشة، وصولاً إلى مرحلة استخلاص النتائج

أظهرت نتائج هذه الدراسة ما يلي: (١) تستخدم ممارسات البيع والشراء الإلكتروني للذهب عبر تطبيق واتساب في متجر الذهب الجديد المزدهر في كيبانجن، مالاغ، ميزة "القصص" على ثلاث وسائل تواصل اجتماعي، وهي واتساب وإنستغرام وفيسبوك، للترويج للذهب. يمكن للمشتريين المحتملين التواصل مباشرةً مع البائع عبر واتساب لمواصلة المعاملة. سيتساءل المشتري أكثر حول معلومات تتعلق بالبنوعية،

والوزن، والسعر. إذا وافق المشتري، ستستمر المعاملة في اختيار طريقة الدفع والشحن التي يوفرها المتجر. سيتم تغليف البضائع وشحنها وفقاً للاتفاق. (٢) يُظهر تحليل ممارسات البيع والشراء الإلكتروني للذهب عبر وسائل التواصل الاجتماعي في متجر الذهب الجديد المزدهر في كيبانجن، مالانغ، من منظور فتوى هيئة المحاسبة الشرعية - المجلس الوطني للإفتاء/٥/٢٠١٠ بشأن البيع والشراء غير النقدي للذهب، أنّ آلية المعاملات المُطبقة تتوافق مع الأحكام الواردة في الفتوى (٣) يُظهر تحليل ممارسات البيع والشراء الإلكتروني للذهب عبر وسائل التواصل الاجتماعي في متجر الذهب الجديد المزدهر في كيبانجن، مالانغ، من منظور فتوى هيئة المحاسبة الشرعية - المجلس الوطني للإفتاء/٥/٢٠١٠ بشأن البيع والشراء غير النقدي للذهب، أنّ آلية المعاملات المُطبقة تتوافق مع الأحكام الواردة في الفتوى.