

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun semakin menunjukkan perkembangannya. Hampir di semua bidang kehidupan saat ini memanfaatkan teknologi, seperti bidang politik, transportasi, pendidikan, digital, olahraga dan masih banyak lagi. Dari perkembangan teknologi dan internet tersebut. Kemudian memunculkan berbagai inovasi yang bertujuan untuk memudahkan pekerjaan masyarakat. Salah satu kemunculan inovasi tersebut yaitu adanya *e-commerce (elektronik commerce)* yang merupakan model bisnis modern *non-fice* (tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik) dan *non-sign* (tidak memakai tanda tangan asli). *E-commerce* sebuah inovasi baru dalam dunia industri yang dirasa telah mereformasi perdagangan konvensional yang melibatkan interaksi secara langsung antara konsumen dengan pedagang menjadi interaksi tidak langsung.<sup>2</sup>

Keberadaan jual beli *online* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, karena jual beli *online* memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual (*merchant*) maupun dari pihak pembeli (*buyer*) di dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun para pihak berada di dua tempat berbeda sekalipun. Dengan jual beli *online* setiap transaksi tidak memerlukan

---

<sup>2</sup> Hana Walidatun Nikmah, Tesselonika Sherly Yuniarta, Hukum Jual Beli Online Menggunakan Sistem Transaksi Shopee Paylater Dalam Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Hukum Islam*, 2021, Hal. 2

pertemuan dalam tahap negosiasi. Oleh karena itu jaringan internet ini dapat menembus batas geografis dan teritorial termasuk yurisdiksi hukumnya. Jual beli secara *online* pada umumnya sama dengan jual beli biasa yang dapat dikategorikan sebagai jual beli modern karena hasil implikasi dari inovasi teknologi. Produk yang ditawarkanpun berbagai macam jenisnya mulai dari makanan, peralatan musik, pakaian, otomotif, sepatu, peralatan rumah tangga hingga barang-barang perhiasan seperti berlian, batu mulia, perak, dan emas.

Emas merupakan komoditi yang sangat mudah dan fleksibel untuk diinvestasikan serta tidak harus memiliki pengetahuan khusus seperti investasi saham. Emas sering diidentikan sebagai barang berharga yang bernilai estetis tinggi, terdepan, prestisius, dan elegan, sehingga orang menyebutnya logam mulia. Karena dalam keadaan murni atau dalam usara biasa, emas tidak dapat teroksidasi atau dengan kata lain tahan karat. Oleh karena itu orang-orang mulai menggunakan emas sebagai alat investasi jangka panjang. Karena melihat dari segi nilai emas yang stabil, rendahnya resiko, mudahnya pencairan dana membuat masyarakat antusias dalam berinvestasi emas. Adanya antusiasme masyarakat inilah yang membuat para penyedia jasa membuat suatu sistem yang memudahkan masyarakat dalam jual beli ataupun berinvestasi. Sehingga banyak bermunculan produk-produk pada lembaga keuangan yang memberikan kemudahan para nasabah atau masyarakat dalam menabung atau berinvestasi emas. Tetapi yang harus diperhatikan oleh para penyedia jasa dalam prakteknya adalah harus tetap sesuai dengan kaidah fiqih

mu'amalah agar dapat terhindar dari riba.<sup>3</sup>

Emas adalah benda berharga yang telah diperjual-belikan sejak dahulu. Bahkan dahulu emas digunakan sebagai alat pembayaran atau alat tukar dalam jual beli. Karena emas sendiri termasuk komoditi ribawi atau harta benda yang bisa terjadi riba pada transaksi jual belinya, syariat Islam telah memberikan pedoman bagaimana jual beli yang dapat dilakukan agar tidak terjebak dalam riba. Jual beli emas diperbolehkan dengan ketentuan sama banyaknya dan mutunya (kuantitas dan kualitasnya), secara tunai, dan serah terima dalam suatu majelis.<sup>4</sup>

Media sosial yang digunakan untuk kegiatan jual beli emas secara *online* di Toko Emas Baru Makmur Kepanjen adalah aplikasi WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Fitur yang digunakan yakni fitur “Story” dari ketiga aplikasi tersebut yang memungkinkan pengguna untuk membagikan informasi secara cepat dan mudah. Penggunaan *Story* media sosial telah berkembang pesat dari sekedar membagikan momen pribadi hingga menjadi sarana promosi dan penjualan produk. Inovasi penjual emas, baik individu maupun bisnis kecil, memanfaatkan fitur *Story* untuk menawarkan produk mereka secara langsung kepada jaringan kontak mereka. Cara ini dianggap efektif karena jangkauan media sosial yang luas dan sifat informasinya yang langsung terlihat oleh calon pembeli. Hal ini memberikan kemudahan bagi konsumen

---

<sup>3</sup> Nur Mohammad Faiz Amin, Gama Pratama, “Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Transaksi Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai”, *Ecobankers : Journal of Economy and Banking Volume 5 Nomor2* (2024), Hal.114

<sup>4</sup> Kenia Wulandari, M. Roji Iskandar, et.al., “Analisis Barter dalam Islam terhadap Praktik Pertukaran Buah Manggis di Desa Cintawangi Kecamatan Karangnunggal Kabupaten Tasikmalaya”, *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah Volume 6, No. 2*, (2020), hal. 159.

untuk mengetahui harga dan produk yang ditawarkan tanpa perlu membuka aplikasi lain atau mengunjungi toko secara langsung. Penulis mengetahui kegiatan jual beli ini dikarenakan penulis menyimpan nomor anak pemilik toko emas Baru Makmur Kepanjen dan tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai kegiatan jual beli emas secara *online* melalui media sosial yang sudah dilakukan oleh toko emas Baru Makmur Kepanjen selama kurang lebih 5 tahun terakhir ini.

Fenomena menarik 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.

Dalam praktik jual beli emas secara *online* melalui media sosial ini penjualannya menggunakan sistem pesanan atau biasanya disebut *pre-order*. Sistem pesanan ini di implementasikan dalam akad salam yang diatur dalam Fatwa DSN-MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam. Disamping itu terdapat juga Fatwa DSN-MUI No: 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai yang mengatur tentang jual beli

emas secara tidak tunai yang relevan dengan penelitian ini.

Didalam Fatwa DSN-MUI No: 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai yang menegaskan bahwa jual beli emas secara tidak tunai diperbolehkan selama emas tidak berfungsi sebagai alat tukar resmi (uang) dan transaksi memenuhi ketentuan syariah, seperti penetapan harga di awal, larangan perubahan harga setelah jatuh tempo, dan ketentuan tentang penggunaan emas sebagai jaminan. Kemudian didalam Fatwa DSN-MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam dijelaskan tentang prinsip dan aturan akad salam dalam transaksi jual beli yang mengharuskan pesanan diberikan spesifikasi yang jelas, baik spesifikasi barang, harga, jangka waktu pengiriman, dan syarat lainnya untuk melindungi hak-hak konsumen serta memastikan transaksi berjalan sesuai dengan prinsip keadilan dalam islam. Sehingga dalam konteks ini, jual beli emas secara *online* melalui media sosial memunculkan tantangan, terutama dalam hal ketepatan informasi, prinsip kejelasan akad, keadilan, keabsahan kepemilikan. dan jaminan bahwa akad telah dilakukan sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai praktik jual beli emas secara *online* melalui media sosial dengan judul “Praktik Jual Beli Emas Secara *Online* Melalui Media Sosial Perspektif Fatwa DSN-MUI (Studi Kasus Pada Toko Emas Baru Makmur Kepanjen, Malang)”.

## **B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Fokus dalam penelitian ini adalah mengkaji dan menganalisis praktik jual beli emas secara *online* dilakukan melalui media sosial (WhatsApp, Instagram

dan Facebook) oleh Toko Emas Baru Makmur Kepanjen, serta meninjau kesesuaian praktik tersebut dengan ketentuan dalam Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai dan Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam. Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik jual beli emas secara *online* melalui media sosial di Toko Emas Baru Makmur Kepanjen Malang?
2. Bagaimana analisis praktik jual beli emas secara *online* di Toko Emas Baru Makmur Kepanjen Malang perspektif 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 perspektif Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian, fokus dan pertanyaan penelitian, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan pelaksanaan praktik jual beli emas secara *online* melalui media sosial di Toko Emas Baru Makmur Kepanjen Malang.
2. Untuk menganalisa praktik jual beli emas secara *online* di Toko Emas Baru Makmur Kepanjen Malang perspektif Fatwa DSN-MUI No.77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai.
3. Untuk menganalisa praktik jual beli emas secara *online* di Toko Emas Baru Makmur Kepanjen Malang perspektif Fatwa DSN-MUI No.

05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

1. Secara Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan kajian ilmiah mengenai praktik jual beli emas secara *online* dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Penelitian ini memberikan kontribusi pemikiran terhadap bagaimana fatwa DSN-MUI, khususnya yang berkaitan dengan prinsip jual beli dalam Islam, dapat digunakan sebagai dasar penilaian terhadap transaksi emas melalui media sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi pijakan awal bagi studi lanjutan yang ingin mengkaji bentuk-bentuk transaksi *online* barang bernilai tinggi dari sudut pandang syariah.

2. Secara Praktis:

- a. Bagi pemilik Toko Emas Baru Makmur Kepanjen, diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi aspek-aspek syariah yang harus dipenuhi dalam jual beli emas secara *online* agar terhindar dari praktik yang tidak sesuai hukum Islam.
- b. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai jual beli emas *online* yang sesuai prinsip syariah, khususnya berdasarkan Fatwa DSN-MUI. Konsumen

dapat menjadikannya sebagai panduan untuk bertransaksi secara aman, mengetahui hak-hak mereka, serta lebih selektif dalam memilih toko yang terpercaya.

- c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi atau dasar bagi penelitian-penelitian selanjutnya juga. Peneliti selanjutnya bisa memperdalam kajian mengenai implementasi Fatwa DSN-MUI dalam konteks transaksi digital lainnya atau mengembangkan penelitian pada aspek-aspek lain dari jual beli emas secara syariah.

#### **E. Penegasan Istilah**

Untuk memudahkan dalam memahami judul yang dipakai dalam skripsi ini, maka penegasan istilah perlu dijelaskan sebagai berikut :

##### **1. Konseptual**

###### **a. Jual beli emas secara *online***

Jual beli emas secara *online* merupakan suatu bentuk kesepakatan jual beli emas yang proses pembayarannya tidak bertatap muka melainkan melalui internet, telfon, atau media sosial lainnya serta dapat dibayarkan secara kontan atau mencicil dalam tenggang waktu yang telah ditentukan dan jumlah yang telah ditentukan.<sup>5</sup>

###### **b. Media Sosial**

Media Sosial (*Social media*) adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web

---

<sup>5</sup> Panji Adam Agus Putra, Neneng Nurhasanah, and Talitha Nabila, "Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Jual Beli Emas Online," *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 7 No. 2 (2021), hal. 234



yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Dalam konteks penelitian ini, sosial media yang digunakan mencakup WhatsApp, Instagram, dan Facebook sebagai media promosi dan komunikasi jual beli emas.

c. Fatwa DSN-MUI

Fatwa DSN-MUI merupakan keputusan atau pendapat yang diberikan oleh MUI tentang suatu masalah- masalah hukum yang muncul dalam kehidupan umat Islam.<sup>6</sup> Fatwa-fatwa yang digunakan dalam penelitian ini mencakup:

- 1) Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai adalah adalah fatwa yang memberikan kejelasan tentang kebolehan untuk melakukan transaksi jual beli emas secara tidak tunai, baik melalui jual beli biasa atau jual beli murabahah, hukumnya boleh (*mubah, jaiz*) selama emas tidak menjadi alat tukar yang resmi (uang). Akan tetapi kebolehan tersebut ada ketentuannya yakni harga jual (*tsaman*) tidak boleh bertambah selama jangka waktu perjanjian meskipun ada perpanjangan waktu setelah jatuh tempo.<sup>7</sup>
- 2) Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Akad salam adalah akad jual beli barang pesanan diantara pembeli jual beli salam adalah akad jual beli barang pesanan diantara pembeli

---

<sup>6</sup> Ahmad Badrut Tamam, “Kedudukan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Dalam Sistem Hukum Indonesia” *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics* Vol. 04 No. 01, 2021, hal. 67

<sup>7</sup> Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai, hal. 11.

dengan penjual. Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati di awal akad, sedangkan pembayaran dilakukan di muka secara penuh.<sup>8</sup>

## 2. Operasional

Dalam penegasan operasional ini, yang dimaksud dengan jual beli emas secara *online* melalui media sosial perspektif Fatwa DSN-MUI adalah penelitian yang mendiskripsikan tentang sejauh mana jual beli emas secara *online* melalui media sosial tersebut apakah sudah sesuai dengan Fatwa DSN-MUI Nomor : 77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai dan Fatwa DSN-MUI Nomor : 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang tentang Jual Beli Salam

## F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan sebagai gambaran umum penulisan laporan penelitian nantinya. Pertama adalah bagian awal yang meliputi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan dosen pembimbing, motto persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, tranliterasi dan abstrak. Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini terbagi pada enam bab yaitu:

Bab I Pendahuluan, berisi tentang pendahuluan yang merupakan dasar atau gambaran umum dilakukannya sebuah peneliti. Meliputi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan dari penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

---

<sup>8</sup> Januara Pahra, “Akad Salam Menurut Fatwa DSN MUI No. 05/DSNMUI/IV/2000” *Al-Hiwalah: (Sharia Economic Law) Volume 1 No. 1*. Januari- Juni 2022, hal. 88

Bab II adalah Tinjauan Pustaka, Berisi tentang kajian teori, dalam Bab ini akan membahas mengenai praktik jual beli emas secara *online*. Dan kajian teori yang erat kajiannya dengan masalah yang akan diteliti, yang dalam hal ini praktik jual beli emas secara *online* perspektif fatwa DSN-MUI yang terdiri dari: jual beli *online*, jual beli emas secara *online*, Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai dan Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam. Fungsi bab ini adalah sebagai landasan teori pada bab berikutnya guna menganalisa yang diperoleh dari penelitian dan penelitian terdahulu.

Bab III adalah Metode Penelitian, Berisi tentang metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan: pada bab ini berisikan penjelasan tentang jenis penelitian dan pendekatan yang digunakan, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis, teknik pengecekan keabsahan data, dan tahapan-tahapan penelitian.

Bab IV adalah paparan data dan temuan, berisi tentang penyajian data dan analisis data yang terdiri dari gambaran obyek penelitian, penyajian data, analisis dan temuan penelitian.

Bab V adalah Pembahasan yang berisikan mengenai adanya Temuan penelitian yang dikaitkan dengan Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai dan fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam.

Bab VI adalah Penutup, Berisi penutup yang berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan memuat tentang saran-saran yang

ditujukan pada pihak-pihak yang terkait, serta lampiran-lampiran sebagai penunjang dalam perbaikan penulisan skripsi ini.