

BAB 1

PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

Modernisasi kini telah merambah ke seluruh aspek kehidupan manusia, salah satunya telah mempengaruhi tren perubahan masyarakat di pasar. Kini banyak masyarakat yang beralih berbelanja dari pasar tradisional ke pasar modern karena pasar modern dikelola secara profesional serta lebih memudahkan pelanggan untuk berbelanja tanpa harus keluar rumah. Kemajuan teknologi, terutama dalam ranah komunikasi, mengalami perkembangan yang signifikan. Dua aspek utama dari kemajuan ini adalah pertumbuhan cepat dalam teknologi telepon seluler atau ponsel, serta perkembangan komputer yang terhubung dengan internet. Komputer jenis ini memungkinkan individu untuk terhubung dengan orang lain tanpa terkendala oleh jarak serta waktu.¹

Perkembangan teknologi tersebut kini telah membawa perubahan besar dari segala bidang kehidupan manusia, termasuk di dalamnya perkembangan teknologi dalam sektor komunikasi. Dampak positif dari kemajuan teknologi ini telah memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat. Salah satu dampak dari kemajuan teknologi ini ialah pertumbuhan alat dan media yang sangat modern

¹ Kasiyanto Kasemin (2015), *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi Sebuah Bunga Rampai Hasil Pengkajian dan Pengembangan Penelitian tentang Perkembangan Teknologi Informasi*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama), hal. 7.

dan canggih seperti keluarnya produk elektronik laptop dan jenis barang lainnya yang dapat menunjang kebutuhan masyarakat di bidang komunikasi dan internet salah satunya adalah *handphone* atau yang lebih dikenal saat ini Hp. *HandPhone* salah satu hasil dari kemajuan teknologi di industri komunikasi yang memberi kemudahan dalam menjalin interaksi dengan individu lain.

Kebutuhan masyarakat akan informasi yang lebih cepat, mudah, dan tersebar luas tersebut mengundang para pebisnis untuk mengubah atau melengkapi strategi pemasaran, dari model konvensional di mana terjadi pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, hingga saat ini yang menerapkan pemasaran daring di mana interaksi antara penjual dan pembeli tidak lagi memerlukan pertemuan tatap muka. Kegiatan jual beli online juga bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja, apalagi teknologi internet sudah bisa diakses melalui layanan *mobile*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pasar di internet sangat luas, tidak hanya didalam negeri, siapapun dan bertransaksi hingga luar negeri.²

Salah satu segmen yang menarik untuk untuk dibahas saat ini adalah ranah pasar daring, yang diperuntukkan bagi entitas terkemuka seperti perusahaan terkenal dengan nama Facebook.³ *Facebook* adalah website jaringan social yang di mana para pengguna dapat dengan mudah bergabung dalam berbagai komunitas seperti komunitas masyarakat kota, komunikasi antar karyawan serta

² Siti Handayani (2010), *Laris Manis Jual Beli Lewat Kaskus*, (Yogyakarta: Media Kom), Hal. 5.

³ Rini Yustiani & Rio Yunanto (2017), "Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi", *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, Vol 6 No 2 43-48

dalam lingkup lingkungan kerja. Selain itu juga terdapat dalam komunitas anak-anak sekolah, komunitas remaja yang memiliki hobi yang sama dalam wilayah tertentu. Dimana masing-masing komunitas tersebut melakukan koneksi dan saling berkomunikasi untuk saling menambah teman dan saling berinteraksi satu dengan yang lain dengan cara mengirim pesan serta memperbaharui profil pribadi mereka agar dapat melihat tentang dirinya.⁴ Terlebih adanya forum Grup *facebook* yang dapat dijangkau anggotanya untuk fokus terhadap lokasi yang sudah ditentukan, sehingga hal ini sangat memudahkan penjual maupun pembeli dalam membangun komunitas bisnis.

Terdapat beberapa keuntungan dalam menjual melalui platform Facebook, yakni:

- a. Kelebihan dari konektivitas internet yang memudahkan akses.
- b. Facebook berperan sebagai media sosial yang amat populer dan kerap digunakan.
- c. Facebook menawarkan fitur informasi, seperti usia dan lokasi pengguna beserta preferensi mereka, yang bisa dimanfaatkan untuk mengarahkan penawaran ke pasar yang sesuai.
- d. Sasarlah pangsa pasar dengan presisi berkat segmentasi yang akurat.
- e. Aksesibilitas yang mudah selama ada koneksi internet, bisa diakses dari mana saja dan kapan saja.
- f. Fasilitas komunikasi yang lancar di Facebook.
- g. Tersedia umpan balik dari pembeli terhadap produk yang dijual.

⁴ Kasiyanto Kasemin (2015), *Agresi Perkembangan* Hal. 8.

- h. Komunikasi antara penjual dan pembeli tetap terjaga dan berkelanjutan.
- i. Pemanfaatan Facebook yang bebas biaya akan menghemat dana yang sebelumnya digunakan untuk berbagai bentuk promosi.
- j. Mengingat sebelumnya diperlukan biaya, baik untuk internet maupun platform seperti Facebook ini.

Terdapat tiga cara dalam mempromosikan produk dengan *facebook* yakni melalui iklan berbayar, promosi penjualan, promosi personal melalui publisitas penjualan, serta pemanfaatan kemasan yang menarik dan estetik.⁵ Berdasarkan data *Hootsuite* bahwa jumlah pengguna *Facebook* di Indonesia tahun 2020 mencapai 120 juta jiwa atau setara 82% dari jumlah populasi.⁶

Transaksi jual beli terdiri dari kata “jual” dan “beli” yang memiliki definisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sebagai kesepakatan yang mengikat antara penjual dan pembeli. Sementara menurut Pasal 1457 dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), jual beli merujuk kepada suatu perjanjian antara dua pihak, di mana salah satu pihak berkomitmen untuk mengalihkan kepemilikan suatu objek, sedangkan pihak lainnya berkomitmen untuk membayar harga yang telah disepakati.⁷

⁵ *Ibid.*

⁶ Andi Dwi Riyanto, Hootsuite, Indonesia Digital, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesia> n-digital-report-2020/diakses 13 Desember 2022

⁷ KUHP (2009), *Kitab Undang Undang Hukum Perdata Cet 1*, (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, Hal. 342.

Dalam ajaran Islam, disarankan agar transaksi jual-beli dilakukan dengan dasar kesepakatan antara penjual dan pembeli. Kesepakatan ini mengindikasikan bahwa transaksi jual-beli tersebut harus mengandung nilai positif dan diberkati oleh Allah SWT, serta harus menghindarkan dari segala bentuk kerugian (terutama bagi pembeli) yang mungkin timbul akibat transaksi tersebut. Selain itu, transaksi juga harus bebas dari unsur ketidakpastian (gharar) dalam surat Al- Baqarah ayat 188 yang berbunyi sebagai berikut :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِإِلَافٍ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : *“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui”*

(Q. S. Al-Baqarah: 188).

Wahbah al-Zuhaily dalam *Al-Fiqh al-Islami wa adillatuh* yang dikutip Imam Mustofa mengungkapkan bahwa mayoritas ulama sepakat bahwa terdapat empat syarat dan elemen pokok dalam transaksi jual-beli. Keempat elemen ini meliputi Sighat (ucapan persetujuan), al-muta’qidain (pihak penjual dan pembeli), barang yang diperdagangkan, dan nilai penggantian yang disepakati.⁸

Dalam Islam, terdapat pembatasan yang menetapkan apa yang dianggap halal dan haram dalam konteks etika. Di dalam dunia perdagangan, juga ada pengenalan

⁸ Imam Mustofa, (2014), *“Fiqh Muamalah Kontemporer”*, (Yogyakarta: Idea Press), Hal 30

terhadap konsep moral atau etika bisnis. Para pengusaha diwajibkan untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip moral dalam setiap aspek bisnis mereka. Namun, di lapangan, sering kali terlihat perubahan dalam etika berbisnis, seperti praktik perdagangan yang masih melibatkan sistem riba, gharar, manipulasi timbangan, atau ketidakakuratan dalam pengukuran. Hal ini terjadi akibat kurangnya kebersamaan, tanggung jawab sosial, kejujuran, serta berbagai masalah lainnya.⁹

Untuk mengembangkan budaya bisnis yang sehat, sebaiknya dimulai dengan merumuskan prinsip-prinsip etika yang akan menjadi pedoman perilaku sebelum pembentukan dan menerapkan aturan perilaku. Etika Bisnis Islam menggabungkan tiga kata yang membentuk konsep inovatif ini. Kata “Etika” berasal dari bahasa Yunani “*ethichos*” yang merujuk pada kebiasaan yang terus-menerus berlangsung. Menurut definisi dalam KBBI, “etika” merupakan “ilmu” yang berkaitan dengan nilai-nilai baik dan buruk serta hak dan kewajiban moral (akhlak). Dalam bahasa Arab, istilah “akhlak” berasal dari kata “*khuluqun*”.¹⁰

Bisnis pada dasarnya merujuk pada aktivitas yang dilaksanakan oleh individu atau kelompok, yang telah diorganisir dengan tujuan memperoleh keuntungan melalui produksi barang dan layanan yang diminta oleh masyarakat. Etika bisnis Islam merupakan bahasan pokok pada penelitian ini, Menurut Yusuf Qardhawi di dalamnya

⁹ Khairil Umuri dan Azharsyah Ibrahim (2020), “Jurnal Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam”, *Jurnal Iqtisaduna*, E-ISSN 2250-0295, Vol 6 No. 2

¹⁰ Abdul Aziz, (2013), *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta), Hal. 21.

termuat lima prinsip kunci yang membentuk sistem etika bisnis islam yang bersumber teladan yaitu Nabi Muhamad SAW yaitu : Akidah, Sidiq, Amanah, Tabligh, Fatanah.¹¹ Kelima prinsip tersebut sebaiknya dipegang erat oleh setiap pelaku bisnis Muslim dalam menjalankan operasional bisnis mereka agar sejalan dengan nilai-nilai islam.

Harga yang lebih relatif murah dan lebih leluasa memilih menjadikan konsumen tertarik untuk membeli HP yang diinginkan melalui media *Facebook*. Namun dibaliknya kemudahanpun juga terdapat beberapa kerugian yang sering terjadi mengenai permasalahan tindakan yang tak terpuji yang dilakukan oleh penjual yang tidak sesuai dengan konsep Etika Bisnis Islam. Sedangkan dalam jual-beli Hp bekas penting untuk menjalankan prinsip Etika Bisnis Islam, yang berarti bahwa tidak boleh ada unsur gharar dalam objek transaksi tersebut.

Dari sekian jurnal yang peneliti temukan berkaitan dengan jual beli hp *second* dalam Grup Jual Beli *Facebook*, beberapa diantaranya memiliki objek yang sama namun dengan subjek yang berbeda. Peneliti hanya menemukan satu penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian dari Putri Yulita yang membahas tentang Praktik Jual Beli *Handphone second* di Grup *Facebook* di kota Blitar.¹²

¹¹ Yusuf Qarhawi, (2014), *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, diterjemahkan oleh Zainal Ariifin, Cet II, (Jakarta : Gema Insani Press) hal. 179.

¹² Putri Yulita (2021), “*Praktik Jual Beli Handphone Bekas Sosial Media Facebook Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Group Jual Beli Hp Blitar)*”, Diss. IAIN KEDIRI

Alasan peneliti mengambil Grup Jual Beli HP *Second* Kebumen ini yaitu karena grup ini adalah salah satunya grup jual beli yang memiliki anggota paling banyak, yaitu 97.000 akun.¹³ Berdasarkan pantauan peneliti ditentukan sejenis Grup yang memiliki karakteristik serupa dan masing-masing menawarkan ponsel bekas. Berikut adalah daftar grup jual beli yang ada diberbagai Kota di Jawa Tengah:

Tabel 1.1

Daftar Group Jual Beli *Handphone Second* di Jawa Tengah

No.	Nama Grup	Jumlah Member
1.	Jual Beli Hp Bekas Kebumen	97. 626
2.	Jual Beli Hp Bekas Cilacap	37.249
3.	Jual Beli Hp Bekas Purbalingga	70. 030
4.	Jual Beli Hp Bekas Banjarnegara	37. 379
5.	Jual Beli Hp Bekas Sidareja	43. 090

Data Diolah Peneliti Dari Hasil Observasi Per tgl 23 Januari 2023.

Berdasarkan observasi peneliti menemukan beberapa postingan dalam Grup Jual Beli HP *Second* Kebumen yang menjelaskan bahwa tidak sedikit anggota Grup Jual Beli HP Bekas Kebumen yang pernah dirugikan oleh penjual dan bagi penjual yang sudah jujur menjadi terkena imbasnya. Sehingga hal ini menjadi salah satu bentuk permasalahan dalam grup tersebut.¹⁴

¹³ Observasi Beranda Grup Jual Beli HP Bekas Kebumen per 22 Febuari 2023.

¹⁴ Ratna Sari, *Observasi Postingan Grup Jual Beli HP Second Kebumen*.

Penelitian ini mengambil lokasi di Grup *Facebook* Jual Beli *Handphone Second* dikota Kebumen. Dalam praktiknya, penjual dan pembeli menawarkan dagangannya melalui media *Facebook* dengan memposting foto produk, type produk dan kondisi produk. Namun dalam aktifitasnya, pembeli merasa dirugikan oleh penjual karena sifat penjual yang tidak jujur dan curang terhadap kualitas dan kondisi handphone bekas yang dijual.

Diantara pihak tidak menginformasikan dengan jujur mengenai kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam HP kepada pembeli. Akibatnya, ini mengakibatkan pembeli merasa tertipu atau mencurigai bahwa penjual tidak bertanggung jawab atas produk yang telah dibeli. Masa garansi yang diberikan kepada pembeli juga tidak cukup untuk menilai apakah produk yang telah dibeli masih dalam kondisi baik atau sebaliknya, dan hal ini tidak diketahui oleh pembeli. Karena biasanya produk yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan, mengikuti kebijakan umum dari banyak penjual lain, ketika pembeli mengeluh bahwa produk yang dibeli rusak setelah melewati masa garansi, penjual cenderung menolak klaim tersebut dengan berbagai alasan.¹⁵

Tindakan-tindakan yang bertentangan atau tidak sejalan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dilakukan oleh para penjual dalam Grup Jual Beli Hp Bekas Kebumen diantaranya yaitu terjadi seorang pembeli yang mengkomplain saat itu juga terjadi pengingkaran. Didalam perjanjian tersebut penjual mengingkari

¹⁵ Sri Ana Wahyuni (2020), “Praktik Jual Beli Handphone Bekas Di Sosial Media Facebook”, *Jurnal of Islamic Business Law*, E-ISSN 258-2658, Vol. 4 Issue 1.

ketika pembeli masih dalam masa garansi, sehingga pembeli merasa dirugikan atau merasa tidak puas dan tanggung jawab atas kerugian atau ketidakpuasan tersebut diletakkan sepenuhnya pada pihak pembeli.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti memandang perlu untuk meneliti lebih dalam mengenai praktek etika bisnis yang dilakukan oleh para penjual saat melakukan transaksi. Dengan demikian, judul yang diajukan “Analisis Perilaku Penjual Terhadap Transaksi Jual Beli *HandPhone* Bekas dalam Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Grup Jual Beli Kebumen dalam *Marketplace Facebook*”.

B Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi awal yang telah diuraikan, maka pokok permasalahan yang akan dikaji diantaranya :

1. Bagaimana Mekanisme Praktik Transaksi Jual Beli Hp Bekas yang terjadi didalam Grup Jual Beli *Facebook*?
2. Bagaimana Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Praktik Jual Beli Hp *Second* Di dalam Grup Jual Beli Hp Bekas Kebumen

C. Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya pembahasan penelitian ini, maka permasalahan penelitian ini akan dibatasi. Peneliti membahas mengenai bagaimana etika bisnis islam yang diterapkan dalam praktik jual beli Hp *Second* terhadap permasalahan yang sering terjadi dalam transaksi *E-Commerce* dengan fokus pada kasus-kasus yang terjadi dalam Grup Jual Beli Facebook di daerah Kebumen.

D Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman kemungkinan salah interpretasi terhadap judul yang telah disebutkan, serta untuk memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah pengertiannya, berikut peneliti sajikan penegasan istilah :

1. Jual Beli

Jual beli terdiri dari dua kata, yaitu jual dan beli. Kata jual dan beli memiliki arti tolak belakang . Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual sedangkan beli adalah kegiatan membeli. Dengan demikian, kata jual beli menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa yaitu satu pihak menjual dan satu pihak membeli¹⁶.

2. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam merupakan himpunan prinsip dan standar di mana para pelaku bisnis diwajibkan untuk berpegang teguh pada mereka saat para pelaku bisnis diwajibkan untuk berpegang teguh pada mereka saat melakukan transaksi, bertindak, dan menjalin hubungan, dengan tujuan mencapai tujuan bisnis secara optimal. Etika bisnis menjadi hal yang paling penting karena menyangkut elemen elemen kehidupan lainnya yang ada di dalam masyarakat.¹⁷

3. *Handphone Second*

Handphone Second adalah ponsel yang telah dipakai oleh orang lain, baik itu tangan pertama, kedua dan seterusnya yang dapat dijual dibawah harga pertama membeli.¹⁸

¹⁶ Hendi Suhendi, (2014), *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : Rajawali Pres), hal. 67.

¹⁷ Faisal Badroen, dkk (2016). *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta : Kencana), hal. 15

4. *Marketpace Facebook*

Marketpace Facebook adalah website jaringan social yang dimana para pengguna dapat dengan mudah bergabung dalam berbagai komunitas seperti komunitas masyarakat kota, komunikasi antar karyawan serta dalam lingkup lingkungan kerja. Selain itu juga terdapat dalam komunitas anak anak sekolah, komunitas remaja yang memiliki hobi yang sama dalam wilayah tertentu. Dimana masing masing komunitas tersebut melakukan koneksi dan saling berkomunikasi untuk saling menambah teman dan saling berinteraksi satu dengan yang lain dengan cara mengirim pesan serta memperbaharui profil pribadi mereka agar dapat melihat tentang dirinya. ¹⁸

E Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme praktik transaksi Jual Beli Hp bekas yang terjadi didalam Grup Jual Beli *Facebook*
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam dalam pelaksanaan jual beli HP bekas di kota Kebumen

F Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari studi ini dapat memberikan kontribusi sebagai materi penelitian yang melengkapi, memperluas, dan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai tentang adanya praktik jual beli *handphone second* di Grup *Facebook*.

2. Manfaat Praktis

Bagi lembaga akademik, diharapkan dapat menggunakan temuan dari penelitian ini sebagai tambahan pengetahuan yang akan memperluas perspektif bagi mahasiswa serta pengajar di fakultas ekonomi syari'ah dan diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti-peneliti berikutnya.¹⁸

Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka, serta mendorong kehati-hatian dalam bertransaksi dan memilih produk yang diinginkan. Selain itu, diharapkan juga dapat membentuk kesadaran di kalangan pelaku bisnis untuk menjalankan tanggung jawab terhadap produk-produk mereka, serta berfungsi sebagai panduan dan pertimbangan yang lebih baik dalam melakukan transaksi.

¹⁸ Fadheza Falevi (2021), “Sistem Garansi Pembelian Smartphone Second Online Dalam Perspektif Khiyâr Asy-Syarat (Suatu Penelitian Pada Situs Jual Beli Online Di Banda Aceh)”. Skripsi thesis, UIN Ar-raniry Banda Aceh. Hal. 9.