

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Agama Islam merupakan agama yang mengatur seluruh sistem kehidupan (*way of life*). Aturan agama Islam diberikan oleh Allah SWT kepada manusia melalui petunjuk rasul- rasul-Nya; berupa akidah, akhlak, dan syariah.¹ Petunjuk ini diberikan supaya manusia dapat menjalankan tugas kekhalifahan dengan sebaik-baiknya, tugas kekhalifahan dalam menjaga segala ciptaan-Nya termasuk di dalamnya menjaga bumi beserta isinya.

Akidah dan akhlak sebagai sesuatu yang konstan, tidak mengalami perubahan walaupun adanya perubahan waktu dan tempat. Sedangkan syariah senantiasa mengalami perubahan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi umat pada masa rasul masing-masing.² Syariah Islam sebagai syariah yang terakhir, yang disampaikan Rasulullah Muhammad SAW., memiliki dua keistimewaan, yaitu: sebagai syariah yang *komprehensif* (menyeluruh) dan *universal* (umum).³ *Komprehensif*, artinya syariah Islam mengatur seluruh aspek kehidupan yang meliputi ibadah dan muamalah. Ibadah disini adalah ibadah khusus, yang mengatur hubungan antara manusia (makhluk/ciptaan) dengan Allah SWT sebagai *khaliqnya* (Penciptanya). Sedang Muamalah mengatur hubungan antar sesama manusia sebagai makhluk sosial dalam segala bidang.⁴ *Universal*, artinya syariah Islam bersifat umum,⁵ yaitu

¹ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 4.

²Ibid.

³Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 1.

⁴Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 4.

mengatur hubungan semua pihak pada waktu dan tempat yang tidak terbatas, atau *Shahih Fi Kulli Zaman Wa Makan* (dapat digunakan setiap masa dan tempat).

Sebagai makhluk sosial manusia tidak dapat lepas dari kegiatan muamalah, dan salah satu wujud muamalah tersebut dilakukan melalui kegiatan ekonomi yaitu jual beli (perdagangan), baik berupa barang maupun jasa. Berbagai macam jenis jual beli ini berkembang sangat pesat sesuai dengan kemajuan jaman. Mulai dari jual beli secara tradisional yang terjadi di pasar-pasar kecil sampai yang modern yaitu *supermarket*, *mall*, dan lain-lain. Begitu juga dengan perkembangan pemasaran barang yang diperjualbelikan (marketing). Media pemasaran yang awalnya hanya dilaksanakan dengan saling bertemu pihak penjual dan pembeli, sekarang hal-hal ini sudah bisa dilaksanakan tanpa harus bertemu langsung dengan adanya perkembangan alat telekomunikasi berupa jaringan internet. Dari perkembangan bentuk transaksi jual beli dan pemasaran inilah kemudian kita mengenal istilah *online shop*

Tidak bisa dipungkiri bahwa semua kemajuan itu dikarenakan pesatnya perkembangan teknologi. Teknologi merubah banyak aspek bisnis dan aktivitas pasar. Dalam bisnis perdagangan misalnya, kemajuan teknologi telah melahirkan metode bertransaksi yang dikenal dengan istilah *e-commerce* (*electronic commerce*). Secara lebih luas, *e-commerce* merupakan penggunaan alat-alat elektronik dan teknologi untuk melakukan perdagangan, meliputi interaksi *business-to-business*, dan *business-to-consumer*.⁶

⁵Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 2.

⁶ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam* (Yogyakarta: Magistra Insania Press bekerjasama dengan MSI UII, 2004), 13.

Seorang pembeli biasa yang membeli barang atau menyewa layanan dengan secara fisik pergi ke pasar adalah dimudahkan mendapatkan barang/jasa, maka pembeli *e-commerce* lebih mudah lagi dalam mendapatkan barang / jasa. Potensi *e-commerce* adalah bahwa setiap produk atau layanan yang berjarak sangat jauh, dapat dibeli dengan hanya menggunakan beberapa klik dari pembeli *e-commerce*. Misalnya pelaku usaha di Siberia dan pembeli di India dapat bertransaksi dengan menggunakan media internet.⁷

Proses transaksi secara online (*e-commerce*) pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan proses transaksi jual beli biasa di dunia nyata. Transaksi secara online menggunakan kontrak jual beli yang disebut kontrak elektronik. Kontrak elektronik ini adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Dengan demikian suatu transaksi online harus memenuhi syarat-syarat sah nya suatu perjanjian sebagaimana ditentukan dalam pasal 1320 *Burgerlijk Wetboek*, yaitu adanya kesepakatan kedua belah pihak, kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum, adanya objek dan adanya kuasa yang halal. Selain mudah, bertransaksi secara online juga memberikan banyak keuntungan. Beberapa diantaranya yaitu bagi penjual dapat menghemat banyak biaya karena tidak perlu menyewa tempat, dapat membuka toko 24 jam penuh, dan pemasaran yang luas. Sedangkan bagi pembeli juga dapat menghemat banyak biaya karena tidak perlu pergi ke toko secara langsung apabila jarak tempuhnya yang jauh, terdapat lebih banyak pilihan produk yang ditawarkan.

⁷ Ibid., 27.

Transaksi dagang antara penjual (pelaku usaha) dengan pembeli (konsumen) melalui *e-commerce* terjadi hanya lewat surat menyurat melalui *e-mail* dan lainnya. Apalagi adanya media sosial seperti *Facebook*, *BBM (Black Berry Massanger)*, *Whats Up*, dan lain sebagainya yang sangat akrab ditengah-tengah masyarakat saat ini sebagai media komunikasi yang sangat memudahkan interaksi antara satu orang dengan yang lainnya dan dari negara satu dengan yang lainnya dan tentunya dengan biaya yang tidak mahal dibandingkan dengan melalui telepon. Pembayaran juga bisa dilakukan melalui internet.

Dampaknya yang signifikan adalah tersingkirnya jejak kertas yang sebelumnya merupakan bagian tak terpisahkan dari transaksi konvensional. Transaksi elektronik atau *e-commerce* ini bisa diartikan sebagai setiap kegiatan perdagangan yang transaksinya terjadi seluruh atau sebagian di dunia maya, misalnya: penjualan barang dan jasa melalui internet, periklanan secara *online*, pemasaran, pemesanan, dan pembayaran secara *online*.

Salah satu website jual beli *online* terbesar di Indonesia adalah Tokopedia.com dimana dalam hal ini Tokopedia berlaku sebagai pihak ketiga antara penjual dan pembeli. Situs Tokopedia.com telah berkembang sangat pesat sejak pendiriannya pada tahun 2009. Sejauh ini Tokopedia berhasil mendapatkan total dana sebesar USD 5 juta dari berbagai investor, melayani 1,5 juta transaksi tiap bulannya, dan mempunyai *valuasi* USD 20 juta.⁸ Dalam situs ini para calon pembeli bisa berdiskusi langsung dengan para penjual,

⁸Paul Bischoff, *Bagaimana Tokopedia bersaing dengan nama-nama besar*, <http://id.techinasia.com/bagaimana-tokopedia-bersaing-dengan-namanama-besar/> diakses pada tanggal 1 februari 2017

tidak seperti *marketplace*⁹ lain yang diskusinya tidak bisa terlihat, bahkan ada yang tidak bisa berdiskusi dengan penjual. Biaya transaksi di Tokopedia adalah yang termurah bahkan bisa disebut gratis. Apabila dibandingkan dengan rekber yang ada di *marketplace* lainnya. Banyaknya cara pembayaran juga menjadi salah satu keunggulan Tokopedia.com.

Namun dengan berbagai kelebihan yang ditawarkan oleh pihak Tokopedia, sudah barang tentu tidak pernah lepas dari berbagai masalah yang timbul, baik masalah yang dialami oleh penjual maupun pembelinya, masalah tersebut diantaranya adalah :

1. Tidak sesuainya kondisi *real* produk dengan gambar dan keterangan produk yang dideskripsikan oleh penjual;
2. Penjual dan pembeli yang melakukan manipulasi agar mendapatkan promo gratis ongkos kirim dari pihak Tokopedia;
3. Transaksi yang dibuat-buat dengan sengaja oleh penjual agar performa tokonya meningkat.

Melihat uraian masalah di atas, sangat jelas bahwa tindakan penjual dan pembeli tersebut telah melanggar intervensi yang dilarang dalam kaidah dasar Fiqh Muamalah, dimana dalam kaidah tersebut dijelaskan bahwa pelaku transaksi harus menghindari transaksi *Dzalim, Riba, Maisir, Gharar* dan *Najasy*. Menjunjung tinggi kejujuran dan amanah. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *Praktek Jual Beli Online Pada Situs Tokopedia.com Ditinjau Dari Prinsip Dasar Fiqh Muamalah (Studi Kasus Pengguna Tokopedia.com di Kota Kediri)*.

⁹ *Marketplace* adalah sebuah lokasi jual beli produk dimana penjual dan pembeli bertemu di suatu tempat. Penjual akan menjual barangnya di lapak yang sudah disediakan oleh e-commerce dengan konsep online market.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana praktek jual beli *online* pada situs Tokopedia.com ?
2. Bagaimana praktek jual beli *online* pada situs Tokopedia.com ditinjau dari Prinsip Dasar Fiqh Muamalah ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui praktek jual beli *online* pada situs Tokopedia.com.
2. Untuk mengetahui praktek jual beli *online* pada situs Tokopedia.com ditinjau dari Prinsip Dasar Fiqh Muamalah.

D. Kegunaan Penelitian

Setelah mengetahui bagaimana praktek jual beli *online* pada situs Tokopedia.com dan tinjauan fiqh muamalah terhadap praktek jual beli *online* di Tokopedia.com, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan yaitu:

1. Bagi Peneliti

Sebagai informasi untuk menambah ilmu pengetahuan tentang proses transaksi jual beli pada situs Tokopedia.com dan tinjauan fiqh muamalah terhadap transaksi tersebut.

2. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi Tokopedia.com tentang bagaimana Islam memandang transaksi jual beli secara *online* yang ada di situs Tokopedia.com.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan tambahan pengetahuan sekaligus menjadi solusi bagi para pembaca yang masih ragu untuk melakukan transaksi jual beli *online*.

E. Batasan Penelitian

Agar penelitian dapat terarah sesuai dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini dibatasi pada pembahasan mengenai praktek jual beli *online* yang ada di Tokopedia.com dalam bingkai Fiqh muamalah meliputi masalah-masalah apa saja yang bisa terjadi pada praktek jual beli ini, dapat diketahui mulai dari awal transaksi sampai pada penerimaan barang. Dalam penelitian ini agar tetap menjaga unsur keilmiahannya maka responden yang diwawancarai dibatasi kepada pengguna situs Tokopedia.com di Kota Kediri baik penjual maupun pembeli dan *Customer Service* Tokopedia.

F. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu dicantumkan untuk mengetahui perbedaan penelitian yang dahulu sehingga tidak terjadi plagiasi (penjiplakan) karya dan untuk mempermudah fokus apa yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

1. Perjanjian Jual Beli Secara *Online* Melalui Rekening Bersama Pada Forum Jual Beli Kaskus oleh Muhammad Billah Yuadian mahasiswa Hukum Keperdataan Universitas Hasanuddin Makassar. Penelitian ini bertujuan

untuk mengetahui dua hal. Pertama untuk mengetahui bagaimana keabsahan perjanjian jual beli secara *online* melalui rekening bersama. Kedua, untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum bagi penjual (*seller*) dan pembeli (*buyer*) yang menggunakan rekening bersama. Perbedaannya adalah penelitian tersebut lebih fokus kepada perlindungan hukum untuk penjual dan pembeli, sedangkan penelitian ini fokus kepada praktek jual beli pada situs Tokopedia.com mulai dari awal hingga akhir transaksi.

2. Jual Beli *Online* Dengan Menggunakan Sistem *Dropshipping* Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum KASKUS) oleh Putra Kalbuadi mahasiswa Konsentrasi Perbankan Syariah Prodi Muamalat Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitiannya membahas tentang sistem *dropshipping* pada transaksi jual beli di forum kaskus. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang transaksi jual beli *online*. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian tersebut hanya fokus pada satu sistem yaitu sistem *dropship*. Sedangkan penelitian ini mendalami semua proses transaksi jual-beli mulai dari awal hingga akhir.