

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini perkembangan bisnis khususnya bisnis *online* semakin meningkat pesat, dan di lingkungan masyarakat bisnis *online* sudah menjadi tren dan sangat populer. Berbisnis dalam ajaran agama Islam sangat dianjurkan, telah tercantum di *Al-Hadits*, bahwa Rasulullah SAW mengatakan: “*sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah melalui jalur berdagang*”. Masyarakat pada umumnya menganggap bahwa bisnis mempunyai pengaruh besar terhadap pemasukan sehari-hari. Bisnis juga di anggap tidak akan merugikan, karena pekerjaan tersebut dapat dinikmati dalam jangka panjang oleh semua jenis masyarakat (Napitupulu, 2015).

Khususnya dalam mengimplementasikan *khiyar* yaitu, hak dalam memilih yang terbaik agar terciptanya kemaslahatan yaitu berupa manfaat yang dirasakan saat ini atau di kemudian hari oleh dua belah pihak. *Khiyar* dalam transaksi sebagai hak pilih dalam pembelian suatu barang yang konsumen inginkan yang akan membawa kemaslahatan berupa kepuasan setelah menerima barang yang telah dipilih. Ada banyak macam tentang *khiyar* menurut ahli fikih yaitu, membatalkan transaksi atau meneruskannya ketika sedang terjadi atau berlangsung sebuah transaksi dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Bisnis *online* yang saat ini paling dinikmati oleh seluruh kalangan masyarakat bisa memiliki hak dalam membatalkan atau meneruskan transaksi dengan

mengimplementasikan *khiyar 'aib* yang berkaitan dengan cacat barang atau *khiyar syarat* dengan waktu tertentu (Fauzia & Riyadi, 2014).

Catatan sejarah yang dapat dilihat dan dipelajari, bahwa setiap kemajuan teknologi pasti membawa pengaruh besar bagi perkembangan masyarakat lingkungan sekitar. Perkembangan teknologi yang dirasakan oleh berbagai jenis golongan masyarakat akan selalu membawa pengaruh besar di bidang ekonomi, politik dan militer (Zamroni, 2009). Perkembangan teknologi ini membuat masyarakat tergerak untuk ingin belajar dan terjun langsung dalam perkembangan teknologi saat ini. Mulai dari golongan anak-anak, remaja, dewasa, sampai manula. Mereka memiliki antusias dan semangat tinggi untuk mempelajari teknologi modern saat ini, termasuk generasi milenial yang selalu ingin berkembang dan tidak ingin ketinggalan zaman.

Tumbuh pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang dikenal dengan *Information and Communication Technology* (ICT) dan internet telah menambah pertumbuhan di berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali di bidang bisnis *online* saat ini (Jauhari, 2010). Perkembangan bisnis *online* membuat masyarakat di Indonesia sangatlah mudah. Baik penjual maupun pembeli, mereka saat ini sangat membutuhkan segala hal yang praktis dan mudah dijangkau. Berkembangnya permintaan konsumen yang selalu ingin praktis, membuat *e-marketplace* khususnya situs Bukalapak berkembang sangat pesat di dalam masyarakat Indonesia.

Pemikiran masyarakat tentang bisnis dan teknologi di era saat ini, banyak *creativepreneur* yang berlomba-lomba dalam menciptakan ide bisnis yang paling

unik. Mulai kuliner sampai dengan *fashion*, banyak inovasi baru yang diciptakan. Perkembangan dunia bisnis saat ini, sangat populer pada bisnis *online*. Indonesia dianggap sebagai Negara yang memiliki populasi Muslim terbesar di seluruh Dunia dan dikenal sebagai Negara yang penduduknya mayoritas beragama Islam. Hal tersebut menuntut untuk para pelaku bisnis harus lebih memprioritaskan terkait dengan keinginan konsumen Muslimnya yang menuntut kehalalan barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Maka dari itu, sangat penting mengetahui lebih dalam transaksi jual beli dan implementasi *khiyar* di *e-marketplace* khususnya di situs Bukalapak. Tinjauan akad dalam transaksi yang berlangsung dihubungkan dengan konsep pemikiran dan agama yang berkembang pada suatu masyarakat dalam perspektif *masalah*.

Jual beli dalam bisnis syariah yaitu, bisnis yang dilaksanakan sesuai dengan ajaran agama Islam. Tujuan aktivitas jual beli dalam syariat Islam adalah jual beli yang memiliki unsur tolong-menolong yang didalamnya terdapat pihak penjual yang mencari rezeki dan keuntungan dari hasil dagangannya, sedangkan pihak pembeli akan merasa puas dan kebutuhan hidupnya terpenuhi. Jual beli juga menghindarkan seseorang dari penguasaan harta secara tunggal atau agar harta yang dia miliki tidak berputar disitu saja atau beredar di lingkungan orang kaya saja (QS. al-Hasyr: 7). Segala macam perdagangan yang menguntungkan pada dasarnya diperbolehkan dengan syarat suka sama suka di antara dua belah pihak di dalam transaksi jual beli, kecuali perdagangan yang tidak diperbolehkan di dalam Islam, seperti *khamar*, bangkai, babi, dan lain-lain (Idri, 2015).

*Khiyar* dalam bisnis syariah sangat penting di dalam berjalannya transaksi jual beli agar selalu menjaga kepentingan, *kemaslahatan* dan kerelaan kedua belah pihak yang melakukan transaksi tersebut dan selalu melindungi mereka dari bahaya yang akan menimbulkan kerugian bagi mereka, sehingga *kemaslahatan* yang gapai dalam suatu transaksi tercapai dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan syariat Islam. *Khiyar* menurut ulama' *fiqh* ialah di syari'atkan atau diperbolehkan, karena bila ada keperluan yang mendesak dalam mempertimbangkan *kemaslahatan* bagi kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli (Z.A, 2017).

Jual beli dan *khiyar* dalam bisnis *online* ialah bermula ketika terjadinya suatu percakapan atau koneksi antara penjual dan pembeli melalui media sosial atau *e-marketplace*. Penjelasan praktek *khiyar* di dalam *fiqh muamalah*, yaitu, transaksi jual beli yang sedang berjalan antara pihak penjual dan pembeli memiliki pilihan untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi tersebut. Pilihan untuk meneruskan atau membatalkan dan menjatuhkan pilihan diantara barang yang ditawarkan, jika dalam transaksi itu ada beberapa item yang harus dipilih (Z.A, 2017).

Bukalapak ialah situs *e-marketplace* di Indonesia yang menyediakan sarana jual beli dari konsumen ke konsumen berupa aplikasi. Semua golongan masyarakat dapat membuka toko *online* di Bukalapak dan pelapak (penjual di Bukalapak) dapat melayani pembeli kapanpun dari seluruh Indonesia untuk transaksi satuan maupun banyak. Kemajuan teknologi menghasilkan model pemasaran yang berbeda, sehingga sering ditemukan istilah terbaru yang berkaitan dengan *e-business*, *e-commerce*, *e-marketing*, *affiliate marketing*, *online shop*, *online gallery*, *m-commerce*, *e-marketplace* dan lain sebagainya. Tren model pemasaran saat ini

seiring dengan berjalannya ekspektasi *demand* yang selalu menginginkan kemudahan dalam mendapatkan segala yang diinginkan dan dibutuhkan oleh seluruh masyarakat pada umumnya (Fauzia, 2016). *E-marketplace* khususnya situs Bukalapak di era globalisasi saat ini, membuat semua orang tergerak untuk menjadi pembisnis. Bukalapak membuat pendapatan wirausahawan meningkat dari tahun ke tahun. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses situs Bukalapak yang hanya menggunakan *handphone* android.

Kajian *masalah* dalam bisnis syariah ialah segala macam bentuk keadaan yang dialami, baik material maupun non material yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia di mata Allah SWT. Kadungan *masalah* terdiri atas manfaat dan berkah. Konsep *masalah* bermakna lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan seseorang dalam terminologi ekonomi konvensional. Artinya konsumen akan merasakan manfaat dalam konsumsi ketika kebutuhannya terpenuhi. Keberkahan akan diperoleh, apabila konsumen sudah mengonsumsi barang dan jasa yang diharamkan oleh syariat Islam (Ghofur, 2017).

Pertimbangan paling besar yang akan dipikirkan dalam melakukan transaksi jual beli secara *online* adalah rasa percaya di antara pelaku transaksi tersebut. Kepercayaan (*trust*) menjadi faktor utama bagi sebuah transaksi jual beli *online*, karena konsumen memiliki harapan yang besar dalam meraih kepuasan yang akan didapatnya dari transaksi tersebut (Fauzia, 2016). Ajaran Islam dalam menganjurkan jual beli dengan panutan yang baik bagi seluruh penjual dan pembeli khususnya pada situs Bukalapak. Transaksi jual beli dari mulai pemilihan barang, dan pembayaran serta ongkos kirim sampai kepada pembeli bila disesuaikan

dengan akad dalam syariat Islam apakah sudah perspektif *masalah* atau tidak.

Telah dijelaskan pada surah Fathrir ayat 29, yang berbunyi:

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ  
تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ (٢٩)

*Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi.*

Dijelaskan dalam surah tersebut bahwa, orang Islam yang beriman dan melakukan aktifitas membaca Kitab Allah SWT, mendirikan shalat dan berinfak sesungguhnya sedang melakukan transaksi bisnis perdagangan yang tidak akan gagal. Artinya bahwa pelaku bisnis yang menjalankan bisnisnya selalu berpegang teguh pada ajaran agama Islam, selalu akan mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT. Hal tersebut menjadi pegangan penulis untuk melakukan penelitian dengan mengambil topik ini.

Berdasarkan latar belakang penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian ini yang berjudul “**tinjauan akad jual beli dan *khiyar* dalam situs bukalapak perspektif *masalah***”.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

- a) Bagaimana tinjauan akad transaksi jual beli dalam situs Bukalapak?
- b) Bagaimana implementasi *khiyar* dalam situs Bukalapak?

- c) Bagaimana tinjauan akad dan implementasi *khiyar* di situs Bukalapak perspektif *masalah*?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang perumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a) Untuk mengkaji tinjauan akad dalam situs Bukalapak.
- b) Untuk mengkaji implementasi *khiyar* dalam situs Bukalapak.
- c) Untuk mengkaji tinjauan akad dan implementasi *khiyar* dalam situs Bukalapak perspektif *masalah*.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berikut manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

- a) Bagi Owner Bisnis *Online* atau *E-marketplace*

Hasil penelitian ini dapat menjadikan informasi bagi para owner di bisnis *online* atau *e-marketplace*, selain itu dapat di jadikan bahan untuk diimplementasikan di dalam usahanya dengan menerapkan akad dan praktek *khiyar* perspektif *masalah*.

- b) Bagi Pengguna Situs Bukalapak

Hasil penelitian ini akan mengkaji dan dapat bermanfaat bagi pelapak maupun pembeli, karena dari kesimpulan penelitian ini akan memberi informasi bahwa transaksi yang dilakukan sebenarnya sangat bermanfaat dan sudah memenuhi tinjauan akad dan implentasi *khiyar* dan juga memberikan *masalah* bagi kehidupan dunia dan akhirat.

c) Bagi Masyarakat Indonesia

Hasil dari penelitian ini masyarakat pada umumnya akan dapat dijadikan informasi dalam melakukan transaksi jual beli di *e-marketplace* perspektif *masalah*.

d) Bagi Pembaca Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi tambahan tentang tinjauan akad yang terjadi pada transaksi jual beli beserta hukum *khiyar* di *e-marketplace* perspektif *masalah*.

e) Bagi Peneliti Selanjutnya dengan Mengambil Topik yang Sama

Hasil dari penelitian ini bias digunakan sebagai bahan referensi tambahan untuk rekan mahasiswa lain yang ingin meneliti topik terkait tinjauan akad jual beli dan *khiyar* dalam situs *e-marketplace* lainnya pada penelitian selanjutnya.

### 1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi yang di gunakan oleh penulis dalam penelitian ini sebagai berikut :

#### BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

#### BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas masalah yang di angkat dalam penelitian ini, yang mencakup penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

### BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, daftar pertanyaan, informan, teknik analisis data, dan uji keabsahan hasil penelitian.

### BAB IV. GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran subyek penelitian, dan deskripsi hasil dan pembahasan.

### BAB V. PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan akhir, keterbatasan penelitian dan saran untuk Bukalapak, dan penelitian selanjutnya.

