

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada hakikatnya manusia selalu membutuhkan bantuan orang lain atau memiliki hubungan dengan manusia yang lain karena itulah manusia disebut sebagai makhluk sosial. Maka dari itu sebagai makhluk sosial secara tidak langsung dituntut untuk selalu menjaga itikad baik, memiliki rasa tolong menolong, dan bersifat adil dalam menjalani kehidupan agar manusia mendapatkan ketentraman di dunia maupun di akhirat. Manusia juga diharuskan untuk bekerja keras dan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya berupa sandang, pangan, dan papan agar kesejahteraan dan kemakmuran meningkat, hal ini dilakukan dalam upaya mempertahankan kehidupan sehari-hari.¹

Kebutuhan manusia tidak hanya banyak dan beraneka ragam, akan tetapi kebutuhan manusia akan selalu bertambah terus menerus tidak berujung dan hal ini sejalan dengan perkembangan peradaban dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Satu kebutuhan manusia yang terpenuhi maka akan datang lagi kebutuhan lainnya.² Salah satu cara agar kebutuhan tersebut dapat terpenuhi dengan melakukan kegiatan ekonomi.

Ekonomi adalah aktivitas yang dilakukan manusia berupa barang dan jasa ke dalam tiga proses perantara produksi yaitu mengubah bentuk bahan dari baku lalu setengah jadi sampai menjadi barang jadi, kedua distribusi yaitu produsen menyampaikan atau memperkenalkan barang atau jasa ke konsumen, dan konsumsi yaitu menikmati manfaat barang atau jasa dengan cara memakai atau menggunakannya. Ketiga proses atau aktivitas tersebut memiliki tujuan yang sama yaitu agar terpenuhinya kebutuhan kehidupan manusia itu sendiri.³

Aktivitas di atas tercakup dalam kegiatan ekonomi Islam yang disebut jual beli yang dikenal dengan istilah *al-bai'u*. Mendengar kata jual beli yang pertama

¹ <https://palembang.tribunnews.com/2018/07/27/esensi-manusia-sebagai-makhluk-sosial>
27 Juni 2018.

² Laksono Tri Rochmawan, Pengantar Ekonomi Mikro, (Semarang: Anindya, 2008)

³ Ikit, dkk. *Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Gava Media, 2018), hlm.1.

terlintas di fikiran kita yaitu penjual dan pembeli yang melakukan kegiatan tukar menukar secara suka sama suka. Di jelaskan juga dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) jual beli adalah perjanjian yang bersifat saling mengikat antara penjual yang memberikan barang dan pembeli yang membayarkan harga barang yang diberikan. Dalam hukum ekonomi syariah menurut bahasa *al-bai'u* memiliki arti menjual dari kata *ba'a* yang merupakan *mashdar*. Kata *al-bai'u* memiliki lawan kata yaitu *al-syira* yang berarti membeli.⁴

Jual beli merupakan salah satu aktivitas muamalah yang hukumnya halal, hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an yaitu:

QS Al-Baqarah (2): 275, Allah SWT berfirman:

..وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “..padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”⁵

Jual beli tentu memiliki rukun dan syarat agar jual beli itu bisa dikatakan sah yang apabila rukun dan syarat tersebut tidak terpenuhi maka jual beli itu tidak bisa dikatakan sah, pada bagian rukun dan syarat terdapat berbagai pendapat seperti pendapat ulama Hanafiyah menjelaskan bahwa rukun jual beli hanya dengan adanya *shighat* akad.⁶ Sedangkan pendapat menurut para *jumruh* ulama jual beli memiliki empat rukun, yaitu:

- a. *Bai'* yaitu penjual
- b. *Mustari* yaitu pembeli
- c. *Shighat* yaitu *ijab dan qabul*
- d. *Ma'qud 'alaih* yaitu barang atau benda⁷

Perkembangan zaman saat ini memiliki perubahan seperti di bidang teknologi

⁴ Ikit, dkk. *Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Gava Media, 2018), hlm. 3.

⁵ Fadhil AR, *Bafadal, Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Pustaka Agung Harapan, 2006)

⁶ Siswadi, *Jual Beli Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ummul Qura Vol. III, No. 2, Agustus 2013, hlm. 62.

⁷ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2020), hlm. 76.

yang sekarang mempengaruhi bentuk jual beli mengalami perubahan, perubahan bentuk jual beli tersebut dapat dilihat dengan adanya jual beli *online* yang dimana pihak antar penjual dan pembeli tidak perlu saling bertatap muka langsung atau berada dalam satu majelis untuk berakad, tetapi cukup dengan menekan klik pada suatu situs *web* yang dikenal dengan *market place*.⁸

Tentu jual beli *online* seperti ini tidak ada ditemukan pada zaman Rasulullah maka dari itu masih ada yang meragukan kebolehan, belum ada juga dalil-dalil dalam Al-Qur'an atau hadits yang menjelaskan kebolehan sistem jual beli melalui media modern seperti internet yang dikenal jual beli *online*. Tetapi dengan adanya kaidah fiqh yang berbunyi:

*Hukum asal segala bentuk muamalah hukumnya boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya.*⁹

Jadi pada dasarnya hukum awal jual beli *online* itu boleh kecuali ada dalil yang melarangnya, agar jual beli bisa dikatakan sah apabila rukun dan syaratnya terpenuhi. Apabila rukun dan syarat jual beli bisa tidak terpenuhi bisa saja dikatakan jual beli tersebut tidak sah. Apabila ditinjau secara etimologi ushul fiqh, dikarenakan salah satu unsur jual beli tidak terpenuhi ketika berlangsungnya akad jual beli yaitu barang yang diperjualbelikan, maka jual beli pesanan ini bisa dikatakan tidak sejalan dengan kaidah umum (*qiyas al-'am*) yang berlaku dalam jual beli.¹⁰

Jual beli online diketahui bahwa barang yang diperjual belikan barangnya datang dikemudian hari atau di tangguhkan, dalam ekonomi syariah ada dua jenis *bai'* yang sifat barang yang diperjual belikan ditagguhkan atau diserahkan dikemudian hari yaitu *bai' salam* dan *bai' istishna'*.

Bai' as-salam secara terminologis ulama fiqh mendefinisikan jual beli ini yaitu menjual suatu barang yang peyerahan barang yang diperjual belikan ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya jelas dengan pembayaran modal lebih

⁸ Hasbiyallah, *Sudah Syar'ikah Muamalahmu? (panduan Memahami Seluk-Beluk Fiqh Muamalah)*, (Temanggung: Salma Idea, 2014) hlm. 12.

⁹ Muhammad Khisom, *Akad Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif*, Turatsuna Vol 21, Nomor 1, Januari 2019, hlm 60.

¹⁰ Harun, *Fiqh Muamalah*. (Surakarta: Muhammadiyah University Press. 2017)

awal, sedangkan barangnya diserahkan dikemudian hari.¹¹

Jual beli *Istisna'* bisa juga disebut dengan jual beli dalam bentuk khusus. Ulama Hanafi berpendapat akad jual beli ini yaitu jual beli yang diminta oleh konsumen kepada produsen untuk dibuatkan barang. Setelah terjadinya kesepakatan maka pada saat itu juga penjual dan pembeli memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi, sedangkan barangnya bisa diserahkan dikemudian hari sesuai dengan kesepakatan.¹²

Salah satu contoh toko yang menerapkan jual beli *online* yaitu PolosStoreIndonesia, yang merupakan suatu badan usaha kecil yang berdiri sendiri dan dikelola sendiri. Badan usaha PolosStoreIndonesia ini bergerak di bidang fashion yaitu memproduksi pakaian sesuai dengan pesanan konsumen yang produknya dipasarkan melalui salah satu sosial media yaitu Instagram. Walaupun PolosStoreIndonesia ini tidak sebesar dengan brand atau badan usaha lain yang ternama tetapi ia memperhatikan unsur-unsur penting dalam penjualan sehingga memperoleh pemasaran maksimal tanpa mengurangi kualitas produk dan terus terjaga agar kepercayaan konsumennya juga terjaga. Sesuai dengan perkembangan ekonomi di zaman sekarang, jual beli dari segi metode maupun sistemnya juga mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini terbukti yang dilakukan oleh PolosStoreIndonesia yang melakukan jual beli pesanan pakaian via Instagram.

Jual beli ini disebut dengan jual beli pesanan melalui via Instagram yang dapat ditemui pada akun @polosstore.indo. Pesanan yang dimaksud disini yaitu calon konsumen yang ingin memiliki produk-produk yang dipasarkan PolosStoreIndonesia ia harus melakukan pemesanan terlebih dahulu melalui *web* dalam hal ini aplikasi instagram produk apa dan bagaimana yang diinginkan kepada admin melalui akun @polosstore.indo.

Kehadiran Instagram di indonesia juga merupakan salah satu tanda perkembangan zaman di bidang pasar bisnis yang semakin pesat. Pada umumnya Instagram yang diketahui dikalangan sekarang yaitu salah satu media sosial yang

¹¹ Harun, *Fiqh Muamalah*. (Surakarta: Muhammadiyah University Press. 2017)

¹² Jaih Mubarak, *Fikih Muamalah Maliyyah Akad Jual Beli*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), 266

digunakan orang-orang untuk berbagi informasi, foto, dan video sebagai platform untuk berekspresi. Sekarang aplikasi ini mengalami perkembangan dan telah banyak digunakan perusahaan di seluruh dunia menjadi media pebisnis untuk mengkomunikasikan bisnis melalui kegiatan promosi di aplikasi Instagram. Simply Maesured mengemukakan dalam studinya bahwa Instagram telah dipilih sebanyak 54 persen perusahaan dengan brand ternama sebagai media promosi perusahaannya dengan alasan bahwa Instagram memiliki kemudahan dalam menawarkan produk-produk mereka kepada calon konsumennya.¹³ Maka tidak heran saat ini banyak pelaku usaha memilih aplikasi Instagram sebagai sarana pemasaran produk mereka, karena kemudahan pemasarannya yang dapat meningkatkan produknya tanpa harus mengeluarkan terlalu banyak berupa modal, tenaga, waktu.¹⁴

PolosStoreIndonesia saat ini hanya memiliki produk berupa *T-Shirt* atau yang biasa dikenal baju kaos, PolosStoreIndonesia juga membuka gerai *offline* untuk konsumen yang ingin memperoleh produknya dan ingin mencoba langsung ke toko juga PolosStoreIndonesia membuka gerai pada dunia maya atau penjualan secara *online* dan toko sekaligus workshopnya bertempat di kota Bandung kecamatan Lengkong. Tetapi saat ini penulis berfokus ke penjualan secara *online* yang di lakukan PolosStoreIndonesia. Jual beli sistem *online* bukanlah suatu hal yang baru saat ini, berbisnis dengan sistem ini sangat menjanjikan di era modern ini karena mudah dan dapat dijangkau oleh pengguna internet atau pengguna sosial media. Pihak yang berhubungan dalam transaksi jual beli ini yaitu penjual dan pembeli. Penjual disini yang dimaksud pihak PolosStoreIndonseia sedangkan pembeli adalah konsumen. PolosStoreIndonesia menggunakan penjualan sistem jual beli *online*, konsumen yang ingin memiliki produknya secara *online* terlebih dahulu melakukan pemesanan dengan membuka akun Instagram @polosstore.indo yang di dalamnya terdapat iklan produk PolosStoreIndonesia berupa kaos polos dengan berbagai macam warna atau kaos dengan desain ditentukan sendiri oleh konsumen, setelah konsumen tertarik dan menentukan desain yang diinginkan

¹³ Dewi Rachmawati, *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online*, (Yogyakarta: Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016).

¹⁴ Yeri Tri Kurnianto, *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman Di Banjarbaru*, Banjarmasin: jurnal, 2016

maka dilanjutkan dengan konsumen melakukan proses pemesanan.

Pada dasarnya jual beli ini bertujuan untuk saling memperoleh asas suka sama suka antara konsumen dan produsen. Tetapi dalam pelaksanaan jual beli yang dilakukan PolosStoreIndonesia ditemukan ketidakjelasan atau sama-samar yang ada pada spesifikasi produk, yaitu ukuran panjang lebar pada deskripsi size tidak dicantumkan. Sedangkan diketahui bahwa ukuran setiap merek atau setiap tempat produksi yang berbeda memiliki ukuran yang berbeda-beda walaupun *size* dan modelnya sama, jadi walaupun dari segi model dan *size* yang sama tetapi ukuran panjang dan lebar bisa berbeda apabila merk/brand atau tempat produksinya berbeda. Maka dari itu mencantumkan ukuran panjang dan lebar pada deskripsi itu sangat penting, agar konsumen mengetahui produk yang akan dibeli secara jelas agar ketika barang yang dibeli bisa sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Pembelian baju kaos secara *online* yang sangat perlu diperhatikan yaitu ukuran panjang dan lebar kaos tersebut, membeli kaos tidak bisa hanya berpatokan dengan *alpha sizing*. Agar kaos yang dibeli sesuai dengan postur tubuh, maka perlu memakai panjang lengan, lebar bahu, dan panjang kaos yang sesuai.¹⁵

Penjabaran di atas, penulis sangat menarik untuk meneliti lebih lanjut agar dapat mengetahui lebih jauh tentang bagaimana pelaksanaan jual beli yang dilakukan oleh PolosStoreIndonesia ditinjau dari sisi hukum ekonomi syariah. Maka penulis menarik dengan judul penelitian **“ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH DALAM PELAKSANAAN JUAL BELI PESANAN VIA INSTAGRAM PADA AKUN @POLOSSTORE.INDO”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas diketahui bahwa dalam pelaksanaan jual beli yang dilakukan PolosStoreIndonesia ditemukan adanya ketidakjelasan atau kekurangan dalam spesifikasi barang yang bisa menimbulkan ketidaksesuaian pesanan, sedangkan dalam Hukum Ekonomi Syariah melakukan jual beli harus berlakunya asas suka sama suka, maka penulis membatasi permasalahannya sebagai berikut:

¹⁵ <https://blog.knitto.co.id/perbedaan-ukuran-kaos-lokal-dan-internasional/> 30 agustus 2022

1. Bagaimana proses pelaksanaan jual beli pesanan via Instagram pada akun @polosstore.indo ?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah dalam pelaksanaan jual beli pesanan via Instagram pada akun @polosstore.indo ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan jual beli pesanan via Instagram pada akun @polosstore.indo
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum ekonomi syariah dalam pelaksanaan jual beli pesanan via Instagram pada akun @polosstore.indo

D. Kegunaan Penelitian

Penulisan penelitian ini tentu diharapkan memiliki kegunaan kepada pihak-pihak yang membacanya, yaitu:

1. Secara teoritis

Sebagai sumbangan pemikiran dan ilmu pengetahuan tentang pandangan hukum ekonomi syariah mengenai sistem pelaksanaan jual beli *online* melalui via instagram.

2. Secara praktis

Diharapkan penelitian dapat menambah khazanah keilmuan bagi semua pihak mengenai aktivitas dalam bermuamalah agar sesuai dengan hukum Islam dalam menjalankan kehidupan sehari-hari.

E. Studi Terdahulu

Dalam penyusunan penelitian ini penulis membutuhkan studi terdahulu sebagai bahan perbandingan serta acuan. Maka dari itu penulis melampirkan beberapa karya ilmiah yang berkaitan tentang metode penemuan hukum oleh hakim di Pengadilan Agama, penelitian tersebut antara lain:

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Salman Farizy mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang ditulis tahun lalu 2021 yang berjudul "*Tinjauan*

Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pelaksanaan Jual Beli online Dan Resiko Barang tidak Sesuai Pesanan Pada Salah Satu Market Place Shopee” Dalam penelitiannya menggunakan metode penelitian deskriptif dengan jenis data kualitatif yang mengkaji tentang bagaimana tinjauan hukum islam mengenai jual beli *online* pada *market place* shopee. Di dalam penelitiannya penulis mengemukakan bahwa jual beli *online* pada *market place* shopee sudah sesuai dengan syariat Islam walaupun ada beberapa ketentuan yang tidak sesuai seperti adanya melanggar hak *khiyar* pembeli dan terdapat kecacatan dalam asas suka sama suka (*antaradhin*) apabila barang tidak sesuai dengan pesanan. Tetapi dibalik kekurangan tersebut terdapat solusi yang diberikan sebagai jaminan kepada pembeli seperti pengembalian dana, penukaran dana, dan mediasi dari pihak shopee.

Kedua, penelitian berupa skripsi yang ditulis oleh Jerry thomas, mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2021 yang berjudul “*Praktik Jual Beli Pro Order (PO) di Tinjau dari Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Toko Online Aulia Olshop di Kuningan Jawa Barat)*” Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa jual beli akad salam yang dilakukan objek penelitiannya dalam jual beli pre order tidak sejalan dengan hukum Islam karena larangan menjual barang atau objek yang dibeli dengan metode akad salam apabila belum diserahkan dan juga ditemukan gaharar pada jual beli pre order yang dilakukan olshop tersebut.

Ketiga, skripsi yang ditulis mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung bernama Nailatus Sa’adah Haqiqiah pada tahun 2019 yang berjudul “*Analisis Pelaksanaan Jual Beli Dengan Sistem Dropshipping di Online Shop Bismi Sablon Menurut Hukum Ekonomi Syari’ah*” Di dalam penelitiannya meenjelaskan bahwa pelaksanaan jual beli dengan sistem *dropshipping* yang dilakukan *online shop* tersebut diperbolehkan oleh Islam karena pelaksanaannya ditemukan lebih banyak maslahat dari pada mafsadat. Peneliti juga menyebutkan pelaksanaan jual belinya menggunakan akad salam dan akad wakalah.

Keempat, penelitian yang dilakukan Swanty Maharani dan Akhmad Yusup pada tahun 2022 dalam bentuk jurnal prodi hukum ekonomi syariah di Universitas Islam Bandung yang berjudul “*Analisis Pendapat Madzhab Imam Syafi’i tentang*

Jual Beli Pesanan dan Implementasinya pada E-Commerce Shopee” Di dalam penelitiannya menjelaskan bahwa jual beli pesanan yang ditelitinya yaitu jual beli pesanan *mystery box* pada toko Tarryaulya dan Jollymart pada situs shopee menurut madzhab Syafi’i telah memenuhi rukun jual beli pesanan tetapi tidak memenuhi beberapa syaratnya yaitu terdapat *gharar*, ketidakjelasan ukuran, jenis, jumlah maupun takaran barang tersebut.

Tabel 1.1

Persamaan dan perbedaan studi terdahulu.

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Nailatus Sa’adah Haqiqiah (2019)	Analisis Pelaksanaan Jual Beli Dengan Sistem <i>Dropshipping</i> di <i>Online Shop</i> Bismi Sablon Menurut Hukum Ekonomi Syari’ah.	Membahas analisis pelaksanaan jual beli <i>online</i> dalam hukum ekonomi syariah.	Objek penelitiannya bebrbeda dan pembahasan sistem jual beli menggunakan <i>dropshipping</i> sedangkan penelitian ini pelaksaan jual beli pesanan.
2	Jery thomas (2021)	Praktik Jual Beli Pro Order (PO) di Tinjau dari Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Toko <i>Online</i> Aulia Olshop di Kuningan Jawa Barat).	Membahas tentang tinjauan hukum Islam terhadap jual beli yang dilakukan salah satu <i>online</i> shop.	Lokasi dan penelitiannya berbeda yaitu di Kuningan pada toko <i>online</i> Aulia Olshop sedangkan penelitian ini berlokasi Bandung dengan objek penelitian PolosStoreIndonesia.

3	Salman Farizy (2021)	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pelaksanaan Jual Beli <i>Online</i> Dan Resiko Barang tidak Sesuai Pesanan Pada Salah Satu Market Place Shopee.	Membahas tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap jual beli <i>online</i> .	Objek penelitiannya tidak mengkaji pelaksanaan jual beli <i>online</i> yang dilakukan PolosStoreIndonesia dan pelaksanaan pemsarannya menggunakan shopee sedangkan penelitian ini via Instagram.
4	Swanty Maharani dan Akhmad Yusup (2022)	Analisis Pendapat Madzhab Imam Syafi'i tentang Jual Beli Pesanan dan Implementasinya pada <i>E-Commerce</i> Shopee.	Memiliki kesamaan dalam membahas analisis jual beli pesanan.	Objek penelitiannya dan penelitiannya terkhusus mengenai pendapat Madzhab Imam Syafi'i mengenai jual beli pesanan.

Jadi penelitian ini dibandingkan dengan beberapa studi terdahulu di atas tentu memiliki persamaan dan perbedaan, kesamaan penelitian ini dengan studi-studi terdahulu di atas yaitu sama-sama mengkaji mengenai *online Shop* dalam perspektif Islam sedangkan perbedaannya semua dari sisi objek penelitiannya, lokasi penelitian, dan ada juga dari segi pembahasan penelitian. Penelitian ini mengkaji mengenai pelaksanaan jual beli pesanan yang dilakukan salah satu *online shop* yaitu PolosStoreIndonesia yang di tinjau dari sisi hukum ekonomi syariah, yang bertempat di Buahbatu kota Bandung. Jadi dapat diketahui bahwa penelitian ini belum ada yang pernah meneliti sebelumnya sehingga penelitian ini masih bersifat orisinal.

F. Kerangka Berpikir

Salah satu sikap dalam mengimplementasikan bentuk aktivitas muamalah adalah adanya kegiatan jual beli, yang kita ketahui pada kaidah fiqh muamalah pada dasarnya segala bentuk kegiatan muamalah hukum awalnya di perbolehkan kecuali ada dalil yang tidak memperbolehkan atau melarangnya, dan yang melakukan kegiatan jual beli tidak lain adalah manusia itu sendiri.

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu membutuhkan bantuan orang lain artinya manusia sulit untuk tidak betrgantungan dengan manusia lainnya. Manusia juga diharuskan untuk bekerja keras dan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak pernah habis untuk mempertahankan kehidupan sehari-hari, salah satu caranya agar kebutuhan tersebut terpenuhi yaitu melakukan kegiatan jual beli. Jual beli terdiri dari dua kata yaitu jual dan beli artinya ada penjual dan ada pembeli, jadi dibutuhkan minimal dua orang dalam melakukan kegiatan jual beli.

Pernyataan Al-Sayyid Sabiq mengenai jual beli yaitu kegiatan tukar menukar harta dengan harta secara suka sama suka atau memindahkan kepemilikan barang dengan penggantian tanpa ada paksaan dari masing-masing pihak.¹⁶

Allah berfirman, al-Qur'an surat an-Nisa (4) ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :“hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dalam perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antaramu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu”¹⁷

QS Al-Baqarah (2): 275, Allah SWT berfirman:

¹⁶ Jaih Mubarak, *Fikih Muamalah Maliyyah Akad Jual Beli*, (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2018)

¹⁷ Fadhil AR, *Bafadal, Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Pustaka Agung Harapan, 2006)

..وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا¹⁸

Artinya: “padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”¹⁸

Salah satu dalil yang memperbolehkan jual beli yaitu hadits yang diriwayatkan oleh Imam al-Bazar, Rasulullah ditanya mengenai usaha apa yang paling baik. Rasulullah menjawab bahwasanya usaha yang paling baik adalah perbuatan seseorang secara langsung dan segala kegiatan jual beli yang *mabrur*.¹⁹

Selanjutnya kaidah fiqh tentang halalnya jual beli yaitu:

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدلّ دليل على تحريمها

Artinya: Hukum asal segala bentuk muamalah hukumnya boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya.²⁰

Jual beli di zaman sekarang yang sudah berkembang, di tandai dengan adanya jual beli sistem *online* yang transaksinya dimana penjual dan pembeli tidak harus saling bertatap muka tetapi menggunakan media. Secara umum jual beli *online* merupakan jual beli barang atau jasa yang transaksinya melalui media elektronik, melalui internet atau secara *online*. Menurut Suherman kegiatan ini adalah akad jual beli yang dilakukan melalui sarana elektronik baik yang diperjual belikan berupa barang atau jasa atau jual beli *online* adalah akad yang mendahulukan pembayaran dan barangnya diserahkan dikemudian hari atau ditangguhkan dan disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu.²¹ Artinya transaksi ini dilakukan dimana penjual dan pembeli tidak saling bertatap muka

¹⁸ Fadhil AR, *Bafadal, Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Pustaka Agung Harapan, 2006)

¹⁹ Jaih Mubarak, *Fikih Muamalah Maliyyah Akad Jual Beli*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018)

²⁰ Muhammad Khisom, *Akad Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif*, Turatsuna Vol 21, Nomor 1, Januari 2019, hlm 60

²¹ Tira Nur Fitra, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*, (Surakarta: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2017), Vol. 3, No. 1

secara langsung.

Sistem jual beli yang barangnya diserahkan dikemudian hari dengan mendahulukan pembayaran sebenarnya sudah ada sejak dulu, yang menjadi pembeda dulu tidak menggunakan media internet tetapi transaksinya dan penjelasan spesifikasi barang dan harga barang dilakukan secara langsung tatap muka antara penjual dan pembeli, lalu barangnya di serahkan sesuai perjanjian yang disepakati dan jenis akad yang digunakan diantaranya yaitu *bai' salam* dan *bai' isthisna*.

Bai' as-salam secara terminologis ulama fiqh mendefinisikan jual beli ini yaitu menjual suatu barang yang peyerahan barang yang diperjual belikan ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya jelas dengan pembayaran modal lebih awal, sedangkan barangnya diserahkan dikemudian hari.²²

Jual beli *isthisna* ' biasa disebut dengan jual beli dalam bentuk khusus. Ulama Hanafi berpendapat akad jual beli ini yaitu jual beli yang diminta oleh konsumen kepada produsen untuk dibuatkan barang. Setelah terjadinya kesepakatan maka pada saat itu juga penjual dan pembeli memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi, sedangkan barangnya bisa diserahkan dikemudian hari sesuai dengan kesepakatan.²³

Karena jual beli *Istishna* ' merupakan khusus dari jual beli *as-salam* maka landasan hukum syariah jual beli *Istishna* ' mengikuti ketentuan jual beli *as-salam*. Q.S Al-Baqarah: 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ
كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu menjalankan sesuatu urusan dengan hutang piutang (transaksi) yang diberi tempo hingga ke suatu masa yang tertentu, maka hendaknya kamu menulis itu.”²⁴

²² Harun, *Fiqh Mu'amalah*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press. 2017).

²³ Jaih Mubarak, *Fikih Muamalah Maliyyah Akad Jual Beli*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h 266

²⁴ Fadhal AR, *Bafadal, Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Pustaka Agung

Hadits yang diriwayatkan Ibnu Majah artinya:

Telah menceritakan kepada kami Al Hasan bin Ali Al Khallal berkata, telah menceritakan kepada kami Bisyr bin Tsabit Al Bazzar berkata, telah menceritakan kepada kami Nashr bin Al Qasim dari 'Abdurrahman bin Dawud dari Shalih bin Shuhaib dari Bapaknya ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Tiga hal yang di dalamnya terdapat barakah; jual beli yang memberi tempo, peminjaman, dan campuran gandum dengan jelai untuk di konsumsi orang-orang rumah bukan untuk dijual. (H.R. Ibnu Majah)²⁵

Pada dasarnya jual beli *online* ini bertujuan untuk saling memperoleh asas suka sama suka antara konsumen dan produsen. Karena jual beli sistem *online* tentu memiliki kelebihan yang memudahkan baik dari sisi produsen maupun konsumennya.

Jual beli tentu memiliki rukun dan syarat agar jual beli itu bisa dikatakan sah yang apabila rukun dan syarat tersebut tidak terpenuhi maka jual beli itu tidak bisa dikatakan sah, pada bagian rukun dan syarat terdapat berbagai pendapat seperti pendapat ulama Hanafiyah menjelaskan bahwa rukun jual beli hanya dengan adanya *shighat* akad.²⁶ Sedangkan pendapat menurut para *jumruh* ulama jual beli memiliki empat rukun, yaitu:

- a. *Bai'* yaitu penjual
- b. *Mustari* yaitu pembeli
- c. *Shighat* yaitu *ijab dan qabul*
- d. *Ma'qud 'alaih* yaitu barang atau benda²⁷

Apabila ditinjau secara etimologi ushul fiqh, dikarenakan salah satu unsur jual beli tidak terpenuhi ketika berlangsungnya akad jual beli yaitu barang yang diperjualbelikan, maka jual beli pesanan ini bisa dikatakan tidak sejalan dengan kaidah umum (*qiyas al-'am*) yang berlaku dalam jual beli.²⁸

Jual beli sekarang banyak menimbulkan persaingan ketat antara produsen

Harapan, 2006)

²⁵ Hafiz Ibnu Abdillah, *Sunan Ibnu Majjah*, (Beirut: Darr Al-Fikr, 1998), hlm. 217.

²⁶ Siswadi, *Jual Beli Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ummul Qura Vol. III, No. 2, Agustus 2013, hlm. 62.

²⁷ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2020), hlm. 76.

²⁸ Harun, *Fiqh Muamalah*. (Surakarta: Muhammadiyah University Press. 2017)

untuk mengembangkan produk, metode pemasaran, penjualan, serta layanan yang ditawarkan untuk menarik minat konsumen untuk membeli produknya. Salah satu contohnya yaitu PolosStoreIndonesia yang merupakan toko yang menerapkan sistem jual beli pesanan via instagram dengan toko sekaligus workshop bertempat di Kec. Lengkong Kota Bandung yang saat ini memiliki produk berupa *T-Shirt* atau yang biasa dikenal baju kaos.

G. Langkah-Langkah Penelitian

Adapun langkah-langkah penelitian ini adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan analisis pendekatan kualitatif, metode ini penulis mengumpulkan data-data informasi secara lengkap mengenai pelaksanaan transaksi jual beli pesanan yang dilakukan PolosStoreIndonesia dengan melihat langsung peristiwa dilapangan, kemudian penulis mendeskripsikan atau menggambarkan data tersebut.

Agar mendapat data kualitatif yang membantu dalam proses penyusunan penelitian ini penulis merasa cocok menggunakan metode penelitian ini untuk memperoleh suatu peristiwa ataupun gambaran yang sebenarnya dilapangan dengan analisis pendekatan kualitatif.

2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif yang dimana data penelitiannya berdasarkan dengan data kualitatif seperti halnya dokumentasi tertulis, foto/gambar, serta data hasil wawancara, data ini diarahkan pada hal-hal mengenai pelaksanaan jual beli yang dilakukan PolosStoreIndonesia.

3. Sumber Data

Data penelitian ditinjau dari sumbernya, dapat dikualifikasikan menjadi dua bagian yaitu:

- a. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh di lapangan dengan melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dan

pernah melakukan interkasi dengan objek penelitian dengan penelitian ini, pihak yang ingin di wawancara dimaksud adalah pihak PolosStoreIndonesia yaitu Bapak Abdul Rahim sebagai pemilik atau owner dan pihak yang pernah membeli produk PolosStoreIndonesia yaitu saudara Ahmad Abdillah serta Dhifa Praja.

- b. Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh tidak langsung diberikan dari sumbernya, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen seperti buku yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.²⁹

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses penelitian ini penulis menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu:

- a. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Dalam penelitian ini pengamatan yang dilakukan adalah secara langsung mengamati sistem pelaksanaan jual beli pesanan via Instagram yang dilakukan oleh PolosStoreIndonesia.

- b. Wawancara

Wawancara merupakan dialog yang dilakukan dua atau lebih orang yang salah satu pihaknya melemparkan pertanyaan sebagai pengumpul data dan pihak lainnya menjawab pertanyaan sebagai sumber data. Pihak yang ingin di wawancara dimaksud adalah pihak PolosStoreIndonesia yaitu Bapak Abdul Rahim sebagai pemilik atau owner dan pihak yang pernah membeli produk PolosStoreIndonesia yaitu saudara Ahmad Abdillah serta Dhifa Praja.

- c. Kepustakaan/Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dari Al-Qur'an, buku-buku, dan data-data tertulis lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

5. Analisis Data

Setelah semua data yang dibutuhkan dalam menunjang penelitian telah terkumpul yang diperoleh dari berbagai sumber. Selanjutnya penulis

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014)

melakukan proses analisis data dengan menelaah data tersebut dengan langkah-langkah yang sesuai dengan pedoman metode penulisan yang berlaku. Adapun langkah-langkah dalam mengelolah dan menganalisis data tersebut adalah:

- a. Pengumpulan data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti hasil wawancara dari pihak-pihak, data dari berbagai buku, dokumen, pengamatan langsung dilapangan, dan sebagainya yang dapat menunjang penelitian ini.
- b. Mempelajari data yang terkumpul lalu melakukan reduksi data yang dilakukan dengan mangbstraksi data tersebut.
- c. Menagnalisa atau menghubungkan data dengan teori penilitian.
- d. Menarik kesimpulan dari data yang dianalisis yang searah dengan rumusan masalah serta kaidah-kaidah yang berlaku dalam penelitian.

