

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan teknologi dan informasi telah menyebabkan terjadinya pergantian *culture* dan tuntutan hidup sehari-hari manusia saat ini. Hal ini juga telah melahirkan pola hubungan yang baru, di antaranya dalam dunia bisnis. Salah satunya adalah melalui *e-commerce*. *E-commerce* ialah bentuk dari aktivitas jual beli melalui jaringan elektronik terutama internet dalam bentuk barang, jasa dan transmisi dana atau data. Pola ikatan secara tatap muka serta pemakaian kertas selaku mekanisme transaksi, berubah dengan pola ikatan secara virtual ataupun memakai fitur lunak pc serta menjalankan kedekatan baru lewat media digital, yang mana seluruh dokumen terbuat dalam ruang maya.¹

E-commerce ialah eksistensi dari *commerce* dengan mengeksploitasi media elektronik. Meski banyak pengguna media elektronik yang belum menguasai seluruhnya. Namun, desakan bisnis menimbulkan para pelaksana bisnis mau tidak mau wajib memakai media tersebut. Sebab media elektronik ialah salah satu teknologi yang tumbuh sangat pesat sekali dalam dunia internet serta bisa menguntungkan kedua belah pihak, konsumen serta produsen ataupun penjual. Untuk konsumen, waktu

¹ Syukri Iska, "E-Commerce Dalam Perspektif Fikih Ekonomi," *JURIS* 9, no. 2 (2010), <https://core.ac.uk>.

belanjanya jadi pendek dan harga juga lebih murah sebab jalan distribusi dari produsen barang ke pihak penjual jadi lebih pendek dibanding dengan toko konvensional.

Sebaliknya untuk produsen ataupun penjual media elektronik bisa memberikan efisiensi dalam pemasaran ataupun promosi. Dengan demikian, media saat ini banyak diminati sebab memberikan keunggulan dalam kecepatan mengakses, kemudahan dalam memakai aplikasi, serta efisiensi harga sebab *operational cost* bisa diminimalisir. Oleh karena itu, media *e-commerce* atau perniagaan via elektronik saat ini banyak diminati oleh warga. Tetapi dibalik itu semua, pola transaksi semacam ini menentang sisi pandang yuridis, semacam legalitas dari suatu kontrak ataupun perjanjian, termasuk dalam perihal ini dari sisi pandang hukum Islam (*Fikih kontemporer*), yang sarat dengan bermacam batas serta nilai dalam mengendalikan sistem bertransaksi ekonomi (*Muamalah*), sebagaimana tertuang di dalam Al- Quran, Sunnah serta bermacam kaidah hukum Islam yang yang lain.

Jual beli online dapat didefinisikan pula jual beli benda serta jasa melalui internet atau media elektronik. Contohnya ialah penjualan produk secara online melalui aplikasi Bukalapak, Tokopedia, Lazada, Shopee, dan lain sebagainya. Dengan demikian, jual beli tidak mewajibkan penjual serta pembeli berjumpa serta bertatap muka langsung dalam memastikan identitas, tipe barang, serta yang lain. Harga dalam jual beli

online umumnya telah tertera di dasar barang serta dapat dibayar terlebih dulu sebelum diserahkan barangnya. Dengan demikian, ciri dari bisnis online ialah: *Pertama*, terbentuknya transaksi antara 2 belah pihak. *Kedua*, terdapatnya pertukaran barang, jasa, ataupun data. *Ketiga*, internet yakni media sangat utama dalam proses akad tersebut maupun dalam mekanisme akad tersebut. Oleh sebab itu diserahkan barang dengan tangguh, sebaliknya pembayaran dicoba dengan tunai.

Online shop ialah fasilitas ataupun toko online guna menawarkan benda serta jasa melalui internet sehingga dapat dipilih berbagai macam barang di toko online oleh pengunjung online shop. Selain itu, pengunjung juga dapat memandangi beberapa barang lewat gambar ataupun foto-foto ataupun video toko online. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa online shop adalah tempat berbelanja yang aktifitasnya dilakukan secara online. Terdapat berbagai macam kemudahan dalam penjualan di online shop buat konsumennya antara lain ialah adanya penghematan pembayaran, harga lebih bersaing, pembayaran dengan transfer dan barang dapat langsung diantar ke rumah.²

Di online shop terdapat proses untuk melakukan transaksi jual beli. Umumnya, membagikan bermacam ketentuan kepada calon konsumen, antara lain calon konsumen harus melakukan pendaftaran sebagai anggota. Konsumen yang telah jadi anggota,

² Chacha Andira, "Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga" (Universitas Airlangga, 2015), <https://repository.unair.ac.id/15944/>.

berikutnya bisa memesan produk. Tidak hanya itu, dapat melalui kartu kredit atau transfer antar bank konsumen untuk membayar produk yang dibeli. Selanjutnya penjual mengirimkan produk tersebut ke konsumen.

Shopee ialah salah satu platform jual beli baru di Indonesia. Tampaknya dengan jargon *free* ongkirnya ke segala Indonesia, aplikasi ini menjadi primadona digolongkan *shopaholic*. Shopee menjadi aplikasi jual beli yang mudah dan praktis dalam bentuk *mobile marketplace* buat konsumen ke konsumen (C2C). Aplikasi Shopee telah banyak melakukan pergantian buat menarik atensi pelanggan agar lebih banyak melakukan transaksi sebagai salah satu website jual beli online.³ Dalam mengusung fitur tawar menawar, Shopee tampaknya sangat memberikan kemudahan. Hal ini terlihat dari adanya fitur tawar menawar di dalam “Live Chat”, dalam memikirkan diskon ataupun promo harga yang dikehendakinya, konsumen tidak perlu pusing-pusing lagi. Namun demikian, tidak seluruh *seller* di Shopee memberikan peluang negosiasi harga karena terdapat salah satu kekurangan dari fitur ini bahwa harga nego oleh penjual dapat di nonaktifkan.

Dimasa teknologi sekarang, tawar menawar secara online dengan secara traditional tidak jauh beda pada praktiknya. Yang diartikan tawar menawar ialah suatu proses komunikasi yang

³ Fika Ayu, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee” (Universitas Islam Indonesia, 2015), <https://dSPACE.uii.ac.id>.

dilakukan sebelum konvensi didalam mekanisme jual beli diantara penjual dan pembeli. Banyak ditemukan kasus dimana tidak mendapatkan hak si pembeli pertama yang sedang melakukan tawar menawar, sebab barang yang ditawarkan juga sedang ditawarkan oleh pembeli kedua dengan harga yang diinginkan oleh penjual. Sehingga, barang diberikan kepada pembeli kedua.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan isi pembahasan mengenai praktik dari fitur tawar menawar serta pandangan hukum Islam didalam jual beli online yaitu Shopee. Hingga peneliti tertarik mengambil judul **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Fitur Tawar Menawar Dalam Jual Beli di Online Shop Shopee”**.

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada mekanisme fitur tawar menawar di aplikasi *Shopee* dan hukum Islam terhadap fitur tawar menawar pada aplikasi *shopee*.

C. Perumusan Masalah

Bersumber latar belakang yang sudah dibahas sebelumnya, maka rumusan permasalahannya adalah:

1. Bagaimana praktik fitur tawar menawar pada aplikasi *shopee*?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam atas fitur tawar menawar pada aplikasi *Shopee*?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui praktik fitur tawar menawar pada aplikasi *shopee*
2. Untuk menjelaskan tinjauan hukum Islam pada fitur tawar menawar pada aplikasi *shopee*.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan khazanah keilmuan dan sumbangsih pemikiran guna menaikkan ilmu pengetahuan tentang tinjauan hukum Islam terhadap fitur tawar menawar menggunakan aplikasi online shop *shopee*.

2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat selaku bahan masukan sekaligus pendalaman pengetahuan pengetahuan untuk periset, khususnya bagi pembisnis online shop di aplikasi *shopee*.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan penelitian terdahulu, penulis menemukan referensi yang mengulas tentang tinjauan hukum Islam diterhadap fitur tawar menawar serta jual beli online hasil dari pengamatan

dan pengkajian dari berbagai sumber kepustakaan yang terpaut dengan pembahasan ini, diantaranya adalah :

Pertama, skripsi karya Ayi Solehudin pada tahun 2019 dengan judul: "Tawar Menawar dalam Jual Beli Online dengan Menggunakan Sistem Delivery ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2012)". Skripsi ini membahas tentang tinjauan bisnis Islam, sistem *Cash On Delivery (COD)* didalam praktek jual beli yaitu masih ada konsep penawaran dalam prinsip Islam yang belum di praktikkan. Fitur tawar menawar yang dipraktekan pada sistem COD memiliki prinsip transparan, dan beri'tikad baik dalam melaksanakan penawaran diatas penawaran orang lain yang tidak cocok dengan etika bisnis menurut Islam.⁴

Kedua, skripsi karya Chacha Andira Sari pada tahun 2015 dengan judul: "Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga". Jurnal ini membahas tentang masalah yang kerap dihadapi ketika berbelanja online yang dilakukan oleh mahasiswi. Bentuk ketidakcocokan seperti foto produk, waktu pengiriman yang lama, leletnya respon penjual dalam menjawab pembeli, serta mahalny ongkos kirim adalah mayoritas permasalahan yang dialami. Oleh karena itu, mahasiswi berfikir untuk pindah online shop dalam mengatasi masalah tersebut. Memilah metode

⁴ Ayi Solehudin, "Tawar Menawar Dalam Jual Beli Online Dengan Menggunakan Sistem Cash On Delivery Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2021)" (Institut Agama.Islam Negeri (IAIN) Metro, 2019), <https://repository.metrouniv.ac>.

pembayaran yang sangat nyaman, bila online shop bisa dipercaya, hingga yang sangat bagus ialah mengenakan metode pembayaran melalui transfer bank. Namun, bila kurang percaya, hendaknya menggunakan tata cara *Cash On Delivery* yaitu benda akan sampai terlebih dahulu ke pembeli lalu dibayar ditempat ataupun bisa menggunakan rekening bank.⁵

Ketiga, skripsi karya Endah Dwi Nugraheni pada tahun 2020 dengan judul: “Peran Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi Online Shop dalam Meningkatkan Laba ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Gerai Busana All Collection Bandar Lampung)”. Skripsi ini membahas tentang periklanan memakai media shopee ialah promosi akun, garansi produk serta memakai potongan harga ataupun penyusutan harga premi ataupun hadiah dalam promosi penjualan. Berkomunikasi secara langsung pada store AII Collection antara penjual serta pembeli merupakan percobaan yang dilakukan dalam penjualan pribadi. Namun, senantiasa terjadinya penyusutan laba walaupun telah memakai shopee, ini disebabkan dalam satu tahun terakhir mengalami penyusutan dalam total penjualan. Konsep promosi yang dicoba AII Collection dalam prinsip bisnis Islam sudah cocok. Pembeli tidak perlu cemas dan khawatir tertipu dengan produk yang dijual oleh akun olshop AII Collection sebab olshop ini tidak akan membebani kedua belah pihak karena didasari oleh rasa suka sama suka. Penjualan online All Collection dengan

⁵ Andira, “Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga.”

menjauhi unsur kepaluan dalam iklan, mempromosikan produk dengan jujur, serta ketika transaksi dapat menepati janji adalah penerapan penjualan yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.⁶

Keempat, Skripsi karya Bahrul Ulum pada tahun 2022 dengan judul: “Tinjauan Hukum Islam Tentang Lelang Online (Studi Kasus Instagram Lelang Outdoor)”. Skripsi ini membahas tentang lelang yang dilakukan di Instagram lelang outdoor ini bersifat dalam jaringan atau online. Mekanisme jual beli lelang online ini adalah: si penjual menghubungi admin Instagram Lelang Outdoor untuk meminta barang yang dia punya untuk diperjualbelikan secara lelang. Lalu admin menanyakan beberapa pertanyaan untuk memastikan bahwa benar barang si penjual ini bersifat nyata atau si penjual tidak ada niatan untuk menipu. Ketika semua sudah disepakati baru admin memposkan barang yang akan diperjualbelikan secara lelang itu di akun Instagram Lelang Outdoor. Selanjutnya pembeli akan menawar harga barang tersebut dengan menyebutkan harga barang di kolom komentar. Ketika melakukan penawaran si pembeli harus mengikuti peraturan yang sudah admin buat. Admin akan mengumumkan pemenang dalam lelang dengan waktu dan persyaratan yang telah ditentukan. Kemudian pembeli

⁶ Endah Dwi Nugraheni, “Peran Penggunaan Shopee Sebagai/Media/Promosi Online Shop Dalam Meningkatkan Laba Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Gerai Busana AII Colection Bandarr Lampung)” (Universitas Islam Negeri RadennIntan Lampung, 2020), <http://repository.radenintan.ac.id>.

mentransferkan uang yang telah disepakati kepada admin dan si penjual melakukan pengiriman barang ke alamat si pembeli. Ketika barang sudah sampai kepada si pembeli maka si pembeli diberi waktu untuk memeriksa barang tersebut apa sudah sesuai dengan yang dideskripsikan. Jika semuanya sudah selesai maka admin akan mencairkan uangnya kepada si penjual dengan dipotong biaya administrasi. Jika terjadi masalah seperti pemenang lelang kabur maka pemenang lelang kedua lah yang memenangkan lelang dengan persetujuan penjual dan jika barang yang dikirim oleh penjual berbeda maka transaksi lelang batal dan uang akan di kembalikan ke si pembeli dan barang akan di balikan ke penjual. Permasalahan di dalam lelang online ini Pertama bagaimana memastikan keseriusan pembeli dalam mengikuti pelelangan di Instagram Lelang Outdoor. Kedua bagaimana memastikan si penjual agar mengirim barang sesuai deskripsi barang yang di posting di akun Instagram Lelang Outdoor. Tinjauan hukum Islam pada transaksi lelang online di Instagram Lelang Outdoor bersifat boleh.⁷

G. Kerangka Pemikiran

Tawar-menawar merupakan komunikasi dalam sebuah proses negoisasi guna mendapatkan kesepakatan, dimana kesepakatan tersebut oleh pihak-pihak yang melakukan

⁷ bahrul ulum, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Lelang Online (Studi Kasus Instagram Lelang Outdoor)" (universitas Islam negeri sultan maulana hasanuddin banten, 2022), <https://repository.uinbanten.ac.id/8965/>.

komunikasi harus direalisasikan atau dilakukan. Jual beli ialah pertukaran barang yang bertujuan untuk pemindahan hak atas suatu barang dengan memenuhi kebutuhan antara dua belah pihak yang saling sepakat. Apabila transaksi jual beli tidak mencapai kesepakatan, maka jual beli tersebut telah batal atau transaksi cacat. Dengan demikian, tawar menawar atau negosiasi merupakan proses untuk mencapai persetujuan dalam jual beli.

Jual beli secara bahasa menurut fiqh muamalah disebut dengan *al-bai'*. Jual beli dan tawar menawar tentunya diperbolehkan dengan melihat dalil dalam pembahasan fiqh muamalah yakni dari sumber hukum Al-Qur'an dan hadist. Shopee ialah satu di antara yang ada platform jual beli baru di Indonesia, tetapi dengan jargon *free* ongkirnya ke seluruh Indonesia nampaknya aplikasi ini telah menjadi primadona untuk golongan *shopaholic*. Shopee yakni aplikasi jual beli yang mudah dan praktis dalam bentuk *mobile marketplace* buat konsumen ke konsumen (C2C). Aplikasi Shopee telah banyak melakukan pergantian buat menarik atensi pelanggan agar lebih banyak melakukan transaksi sebagai salah satu website jual beli online.⁸ Shopee tampaknya sangat memberikan kemudahan dalam memberikan fitur tawar menawar ini. Teruji dengan terdapatnya fitur tawar menawar di dalam "Live Chat". Dalam memikirkan diskon ataupun promo harga yang dikehendaki, konsumen tidak

⁸ Ayu, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee."

perlu pusing-pusing lagi. Namun demikian, tidak seluruh *seller* di Shopee bisa memberikan kesempatan negosiasi harga karena harga nego dapat dinonaktifkan oleh penjual yang merupakan salah satu kekurangan dari fitur ini.

Berdasarkan penelitian ini, kerangka pemikirannya ialah:



H. Metode Penelitian

1. Sifat dan Jenis Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, yakni penelitian dalam kehidupan nyata yang dicoba dalam pengaturan tertentu, yang bertujuan untuk memahami serta mencari tau secara dalam suatu fenomena.⁹

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini menggambarkan praktik tawar menawar di aplikasi Shopee. Kemudian data-data yang

⁹ Morrisono, *Metode Penelitian Survei* (jakarta: kencana, 2012), https://www.academia.edu/15619201/Buku_metode_penelitian_survei_morrison.

dibutuhkan diperoleh dari sumber hukum Islam, kita-kitab fikih muamalah, dan etika hukum ekonomi.

2. Sumber Data

Data yang diperoleh dari bahan pustaka, seperti buku, kitab, skripsi, referensi atau catatan orang bersangkutan dengan penelitian ini. Ataupun pula dokumentasi-dokumentasi dalam pengumpulan informasi.¹⁰ Didalam penelitian ini, dokumen atau arsip dan sebagainya tentunya yang bertautan dengan judul inilah yang menjadi data sekunder.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang diperoleh adalah:

a. Observasi

Observasi ialah metode dengan pengamatan secara tidak langsung ataupun langsung. Observasi dalam penelitian ini yaitu secara tidak langsung. Peneliti akan berperan serta dengan mendaftarkan diri dalam aplikasi Shopee dan melakukan fitur tawar menawar serta melakukan pengamatan respon para pengguna fitur tawar menawar.

b. Study Literature

Jenis penelitian yang digunakan adalah study literature. Metode study literature adalah serangkaian kegiatan yang

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian.*, h. 201

berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian.¹¹

4. Teknik Analisis Data

Pemakaian metode analisis data bekerja dengan mengelola informasi, kemudian mencari dan menyusun pola sehingga menciptakan sesuatu yang dapat dikisahkan pada orang lain merupakan sesuatu yang coba dalam metode analisis datanya.¹²

Peneliti menggunakan sebuah kajian normatif dimana ditemukan pada referensi, selanjutnya dengan rujukan bahan pustaka dilakukanlah analisis secara deskriptif. Berdasarkan keterangan di atas hingga dalam menganalisis informasi periset mengenakan informasi yang sudah diperoleh dalam wujud pemahaman. Pemahaman informasi tersebut setelah itu dianalisis dengan memakai metode induktif, ini bermula dari data dan fakta yang terdapat di lapangan terkait tawar-menawar didalam aplikasi shopee.

¹¹ eka diah Kartiningrum, "Panduan Penyusunan Studi Literatur" (mojokerto: lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat politeknik kesehatan majapahit mojokerto, 2015), <https://stikesmajapahit.ac.id>.

¹² lexy j meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (bandung: pt. remaja rosdakarya, 2013), <https://opac.perpusnas.go.id>.

I. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Berisi pembahasan tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Gambaran Umum Tentang Shopee

Berisi pembahasan tentang gambaran umum shopee. Yang terbagi menjadi 3 pembahasan pokok. 1) Membahas tentang profile shopee yang terdiri dari gambaran umum shopee. 2) Membahas tentang fitur shopee yang terdiri dari 9.9 sale, Gratisongkir, cash back dan voucher, shopee koin, shopeepay, cash on demand (COD), ShopeepayLater, tawar menawar, dan 3) Membahas tentang fitur tawar menawar yang terdiri dari mekanisme tawar menawar di aplikasi shopee.

BAB III : Kajian Teori

Pembahasan pertama berisi tentang hukum jual beli dalam Islam yang terdiri dari pengertian jual beli, dasar hukum jual beli, macam-macam jual beli, rukun dan syarat jual beli, jual beli dalam system lelang.

Pembahasan kedua berisi tentang jual beli aplikasi dalam Islam yang terdiri dari akad salam dan ijarah. Dan pembahasan ketiga berisi tentang tawar menawar dalam Islam yang terdiri dari hukum dan tatacara tawar menawar dalam Islam.

BAB IV : Tinjauan Hukum Islam terhadap Fitur Tawar Menawar Menggunakan Aplikasi Shopee

Pembahasan pertama berisi tentang definisi tawar menawar menurut Islam dan hukum tawar menawar menurut Islam. Kemudian keduanya ditinjau berdasarkan hukum Islam terhadap fitur tawar menawar menggunakan aplikasi online shop.

BAB V : Penutup

Berisi pembahasan tentang kesimpulan dan saran.

