

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kajian Relevan

Kajian relevan berisi kajian literasi yang berkaitan dengan pokok pembahasan permasalahan dalam penelitian yang akan dilakukan. Kajian relevan diambil dari beberapa karya tulis berupa jurnal, buku, disertasi, tesis yang juga membahas tentang permasalahan yang akan diteliti.

Sejauh ini, menurut pengamatan penulis, diantara karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut :

1. Mabarroh Azizah (2020 dengan judul “Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli daring di toko online *shopee*. Fakultas Syariah, IAIN Purwokerto. jurnal ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field riset*). Adapun kesimpulan yang dapat diambil pada jurnal yaitu kurangnya penerapan etika Bisnis Islam pada toko daring tersebut karena dari hasil penelitian pada jurnal memaparkan bahwasanya masih ada dari pihak penjual melakukan diskriminasi kepada pembeli dengan melakukan kebohongan dengan cara memposting gambar yang tidak sesuai dengan barang aslinya, disini dapat dipahami bahwasanya dari pihak penjual masih memikirkan kepentingan diri sendiri dengan tidak memperhatikan dampak dari apa yang telah dilakukannya, kepada pihak pembeli. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu penelitian ini memfokuskan penelitian pada Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli daring di toko online *shopee*.

Sedangkan, penelitian penulis berfokus pada bagaimana perspektif etika bisnis islam pada jual beli *handphone* bekas *marketplace* (studi kasus pada *marketplace* jual beli kendari).

2. Renda Syaputri Nur Khasana, Kadenun, Nafi'ah (2021) dengan judul "Etika Bisnis Islam Dalam Khiyar Jual Beli Dengan Sistem Cash On Delivery (COD). Di Ponorogo Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo. Jurnal ini menggunakan jenis penelitian lapangan dalam kurung (*field riset*). Hasil dari penelitian ini adalah dalam praktik khiyar belum sesuai dengan teori khiyar disebabkan penjual hanya mementingkan keuntungan satu pihak dan enggan bertanggung jawab atas perselisihan yang terjadi, menjadikan hilangnya hak khiyar kepada pembeli. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu penelitian ini memfokuskan pada etika bisnis Islam dalam khiyar jual beli dengan sistem cash on delivery (COD) sedangkan penelitian penulis berfokus pada bagaimana perspektif etika bisnis islam pada jual beli *handphone* bekas *marketplace* (studi kasus pada *marketplace* jual beli kendari).
3. Hasbarul B.M (2019) Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Tranksaksi Jual Beli *Handphone* Bekas di Kecamatan Wara Kota Palopo. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik, pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah saw. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan

(Field Research) dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. Lokasi penelitian dilakukan di konter-konter yang berada di Kecamatan Wara Kota Palopo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian pihak konter yang berada di Kecamatan Wara Kota Palopo telah memahami dan menerapkan etika bisnis Islam. Namun masih terdapat pihak konter yang kurang paham secara teori dan tidak menerapkan etika bisnis karena istilah etika bisnis yang menjadi asing bagi mereka serta minimnya informasi tentang etika bisnis karena rendahnya pendidikan yang mereka miliki dan diasumsikan pula bahwa mereka sudah terbiasa dengan jual beli yang hanya memprioritaskan profit atau keuntungan. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu penelitian ini memfokuskan pada Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli *Handphone* Bekas di Kecamatan Wara Kota Palopo. Sedangkan pada penelitian ini penulis memfokuskan pada bagaimana perspektif etika bisnis islam pada jual beli *handphone* bekas *marketplace* (studi kasus pada *marketplace* jual beli kendari).

4. Yulita, Putri (2021) Praktik Jual Beli *Handphone* Bekas Di Sosial Media *Facebook* Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Group Jual Beli Hp Blitar). Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Kediri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui Praktik Jual-Beli *Handphone* Bekas Di Group *Facebook* Jual-Beli Hp Blitar, serta untuk ntuk Mengetahui Praktik Jual-Beli

Handphone Bekas Di Group *Facebook* Jual-Beli Hp Blitar Perspektif Etika Bisnis Islam. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang berusaha untuk mengetahui peran/kontribusi nilai pendidikan agama terhadap perilaku sosial siswa. Proses penawaran dilakukan di media sosial *facebook* dilanjutkan dengan pembayaran lewat transfer atau COD (*Cash On Delivery*) atau dikirim melalui ekspedisi pengiriman. Hasil penelitian ini adalah (1). Praktik Jual beli anggota group jual beli hp Blitar dilakukan dengan cara online, dan offline namun ada juga penjual yang menerapkan keduanya. Proses penawaran dilakukan di media sosial *facebook* dilanjutkan dengan pembayaran lewat transfer atau COD (*Cash On Delivery*) atau dikirim melalui ekspedisi pengiriman. Ekspedisi pengiriman ini biasanya menggunakan JNT atau JNE. Transaksi yang terjadi sah menurut hukum islam. (1). Praktik jual beli hp bekas di group jual beli hp Blitar banyak yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam diantaranya melakukan tindakan penipuan, tidak mengahdiri janji ketemu, menjual barang tidak susai dengan keterangan. Hal ini tentu berseberangan dengan prinsip etika bisnis. Persamaan dari peneltian ini yaitu membahas tentang praktik jual beli hp. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu penelitian ini memfokuskan penelitian pada Paktik jual beli di grub blitar dan sistem pembayaran lewat transfer atau COD (*Cash On Delivery*) atau dikirim melalui ekspedisi pengiriman. Sedangkan, penelitian ini penulis berfokus pada bagaimana perspektif etika bisnis islam

pada jual beli *handphone* bekas *marketplace* kendari dan sistem pembayaran secara tunai saat penjual dan pembeli bertemu).

5. Martan (2018) *Praktek Jual Beli Handphone Di Counter Gadget 89 Ditinjau Dalam Etika Bisnis Islam*. Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palu 2018. tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui praktek jual beli *Handphone* di Counter Gadget 89, bagaimana sistem praktek jual beli *Handphone* di counter gadget 89 ditinjau dalam etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. yaitu menyelidiki suatu fenomena yang terjadi dengan menggunakan landasan teori agar dapat menjelaskan kesesuaian dengan fakta di lapangan dari hasil wawancara. Berdasarkan hasil penelitian penulis bahwa praktek jual beli *handphone* di counter gadget 89 Kecamatan Palu Barat sama dengan praktek jual beli *handphone* pada umumnya yaitu melalui pesan online seperti sosial media (*sosmed*), *facebook*, *instagram* ataupun langsung mendatangi tempat secara langsung sehingga pembeli dapat mengecek langsung barang yang ingin dibelinya, serta melalui tiga tahapan yaitu penawaran, pengecekan barang, dan tahap pembayaran. Dari sisi pengambilan keuntungan counter gadget 89 rata-rata mengambil keuntungan 10-25%. Penerapan etika bisnis Islam terhadap praktek jual beli *handphone* di counter gadget 89 Kecamatan Palu Barat sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam seperti *siddiq*, *tabliq*, *amanah*, *fathanah*.

Karena dalam Islam dianjurkan untuk selalu jujur, terbuka, dan tidak saling merugikan antara pihak penjual maupun pembeli. Persamaan dari penelitian ini yaitu membahas tentang praktik jual beli hp bekas sesuai etika bisnis islam. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu penelitian ini memfokuskan penelitian pada praktik jual beli *Handphone* di Counter Gadget 89, bagaimana sistem praktek jual beli *Handphone* di counter gadget 89 ditinjau dalam etika bisnis Islam. Sedangkan penelitian penulis berfokus pada bagaimana perspektif etika bisnis islam pada jual beli *handphone* bekas di *marketplace* jual beli kendari).

6. Irmayanti (2021) Transaksi Jual Beli Online Berbasis Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Melalui Situs Resmi *Shopee*). Adapun tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui transaksi jual beli melalui situs resmi *shopee*, untuk mengetahui transaksi jual beli online ditinjau dari etika bisnis Islam pada situs resmi *shopee* x dan untuk mengetahui transaksi jual beli online berdasarkan etika bisnis Islam dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada situs resmi *shopee*. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dimana data yang diperoleh melalui wawancara serta observasi pada masyarakat, serta menggunakan pendekatan deskriptif analisis yang dimana pendekatan yang dapat memberikan suatu solusi pada masalah didasarkan pada fakta dan juga kenyataan yang ada untuk saat ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika

bisnis Islam dalam jual beli online di *shopee* sudah memenuhi rukun serta sudah sejalan dengan etika bisnis Islam serta dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. namun, masih ada beberapa penjual yang tidak menerapkan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli yang dilakukan sehingga mengakibatkan konsumen merasa kecewa seperti barang yang sampai tidak sama atau tidak sesuai dengan gambar yang dipajang. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu penelitian ini memfokuskan penelitian pada Transaksi Jual Beli Online Berbasis Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Melalui Situs Resmi *Shopee* Sedangkan, penelitian penulis berfokus pada bagaimana perspektif etika bisnis islam pada jual beli *handphone* bekas *marketplace* jual beli kendari

7. Fathuddin (2021). yang berjudul Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi *Facebook Marketplace* (Studi Pada Penjual Di Polewali Mandar). Pascasarjana Uin Alauddin Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme transaksi dalam *facebook marketplace* dan untuk mengetahui transaksi *facebook marketplace* dalam perspektif etika bisnis Islam. Khususnya penjual yang menggunakan *facebook marketplace* di Polewali Mandar sebagai media transaksi jual beli. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Research) dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa

mekanisme transaksi dalam *facebook marketplace* meliputi penjual, pembeli, transaksi jual beli, dan pengiriman. Penjual sebagai pelaku usaha akan menawarkan dagangan secara publik yang dapat dilihat oleh calon pembeli yang mencari barang di *facebook marketplace*, kemudian penjual dan pembeli akan melakukan transaksi jual beli yang diakhiri dengan proses pengiriman barang. Transaksi yang dilakukan di *facebook marketplace* secara umum telah sesuai dengan etika bisnis Islam yang meliputi, prinsip kesatuan, prinsip keadilan, prinsip pertanggungjawaban, prinsip kehendak bebas, prinsip kebenaran dan prinsip ihsan. Namun belum dilakukan secara sempurna. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu penelitian ini memfokuskan penelitian Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi *Facebook Marketplace* Pada Penjual Di Polewali Mandar Sedangkan, penelitian penulis berfokus pada bagaimana praktik jual beli *handphone* bekas di *marketplace* prespektif etika bisnis islam pada *marketplace* jual beli kendari.

Berangkat dari beberapa hasil penelitian yang sebelumnya ternyata belum ada penelitian yang secara khusus membahas apa yang penulis kehendaki sehingga penulis berinisiatif untuk menuliskannya ke dalam sebuah Skripsi penelitian yang berjudul tentang “bagaimana perspektif etika bisnis islam pada jual beli *handphone* bekas *marketplace* studi kasus pada *marketplace* jual beli kendari” Dimana dalam penelitian sebelumnya belum membahas secara detail mengenai Etika bisnis islam terkait jual beli *handphone* bekas.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori Dasar Pemasaran

1. Definisi Pemasaran

Pemasaran berasal dari kata pasar. Pasar yang dimaksud di sini bukanlah dalam pengertian konkret, tetapi lebih ditujukan pada pengertian abstrak. Pemasaran telah didefinisikan dengan berbagai cara yang berbeda oleh para pakar pemasaran. *American Marketing Association* (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai proses dan pelaksanaan rencana untuk menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan terhadap individu ataupun organisasi (Imron, 2022).

Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh setiap individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan Sofjan Assauri mendefinisikan pemasaran sebagai kegiatan manusia yang bertujuan mewujudkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Jadi, secara umum pemasaran dapat dipahami sebagai proses sosial untuk merancang dan menyampaikan sesuatu menjadi kebutuhan dan keinginan untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara optimal (N. Atik, 2021).

Menurut Suryana (2008:135) mengatakan bahwa pemasaran merupakan kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan

konsumen, menghasilkan barang atau jasa, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa (Bloom & Reenen, 2013).

Seiring bejalannya waktu, banyak cara atau sistem pemasaran yang digunakan oleh para penjual. Dengan adanya perkembangan media teknologi, diharapkan para penjual atau pemilik toko mampu melakukan pemasaran dengan baik untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin pesat. Seperti halnya kemampuan membuat penampilan dengan proses editing dilayar toko Online dan membuat kalimat deskripsi produk yang jelas untuk menarik konsumen. Sebagai pendukung pemilik toko juga harus pandai-pandai membuat semacam pamflet yang ditampilkan atau dipromosikan di akun-akun aplikasi Online yang lain (Istiatin & Sudarwati, 2015).

2. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran merupakan falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang diarahkan pada kebutuhan dan keinginan konsumen yang didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Dengan demikian, konsep pemasaran merupakan orientasi bisnis yang menekankan bahwa tugas utama bisnis adalah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar, kemudian memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut untuk mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan, kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dari pada pesaing. Artinya

kebutuhan konsumen lebih diutamakan dari pada pesaing (Lukitaningsih, 2013).

Pada intinya konsep pemasaran mengutamakan orientasi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini, didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang bertujuan untuk keberhasilan tujuan bisnis. Dengan demikian, terdapat elemen utama yang termasuk dalam konsep pemasaran, yaitu sebagai berikut (Tjiptadi, 2008).

1. kebutuhan dan keinginan konsumen
2. Kegiatan pemasaran yang terpadu
3. Kepuasan konsumen
4. Tujuan jangka panjang

Konsep pemasaran Syariah sendiri sebenarnya tidak jauh berbeda dengan konsep pemasaran yang kita kenal saat ini. Yaitu konsep pemasaran yang merupakan seni untuk mengarah pada proses penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian nilai kepada konsumen dan pemeliharannya, serta menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan. Berbeda dengan pemasaran Syariah, tidak hanya teknik pemasaran yang melengkapi Syariah karena ada nilai lebih utama dalam pemasaran Syariah. Hal itu, berarti pemahaman tentang pentingnya nilai-nilai etika dan etika dalam pemasaran, sehingga diharapkan seseorang tidak serta merta menjalankan bisnis mereka untuk keuntungan pribadi namun juga untuk kepentingan secara umum. Berusaha untuk beroperasi dan memberikan bahkan dapat mengubah nilai kepada pemangku

kepentingan, sehingga seseorang dapat menjaga keseimbangan dalam laju bisnis yang stabil dan berkelanjutan Artinya, dalam pemasaran Syariah, seluruh proses, baik penciptaan, pengadaan, maupun perubahan nilai, tidak boleh mengandung unsur-unsur yang bertentangan dengan akad dan prinsip muamalah Islam. Pemasaran Syariah adalah kegiatan pemasaran yang dilandasi semangat beribadah kepada Allah SWT, berusaha sebaik mungkin untuk kepentingan bersama, bukan untuk kepentingan kelompok, bahkan bukan untuk keuntungan pribadi (Fathoni, 2018).

3. Konsep Pemasaran Terhadap Masyarakat

Konsep pemasaran kepada masyarakat meminta agar pemasar mempertimbangkan sosial dan etis kedalam praktik pemasaran. Mereka harus menyeimbangkan dan mengelola kriteria yang sering berlawanan dari keuntungan seseorang, pemuasan keinginan konsumen, dan keperntingan masyarakat. Pelaku usaha melihat pemasaran dengan tujuan yang sangat baik sebagai kesempatan untuk meningkatkan reputasi mereka, meningkatkan kesadaran mereka, dan lebih meningkatkan kesetiaan para pelanggan yang telah percaya dengan produk yang ditawarkan (Astuti, 2018).

Mengajukan bahwa tugas pemasar adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepantingan pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dari pada kompetitor dengan cara mempertahankan atau

meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat (Fadilah, 2020).

2.2.2. Jual Beli

Jual beli adalah terjemah dari bahasa arab *,albay'u'*. Secara bahasa, *al-bay'u* artinya tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Konteks tukar menukar bisa berarti tukar menukar suatu produk dengan produk lain, atau bisa juga tukar menukar produk dengan uang (Abdurrahman,2015).

Secara istilah, ada perbedaan pendapat dalam empat mazhab tentang definisi *al'bay'I* (jual beli). Menurut Mazhab Hanafi, jual beli mengandung dua arti, yaitu:

1. Makna khusus Jual beli dalam arti khusus adalah tukar menukar komoditas barang dengan uang sesuai cara dan aturan etika yang berlaku. Ketika orang menyebutkan kata jual beli (*al-bay'u*), maka dalam pikirannya secara spontanitas terlintas makna jual beli secara khusus. Makna inilah yang sering dipakai dalam istilah sehari-hari dalam sebuah transaksi
2. Makna umum Jual beli dalam arti umum adalah tukar menukar harta dengan harta lain dengan cara dan aturan khusus yang berlaku. Harta yang dimaksud adalah sesuatu yang disukai oleh manusia secara fitrah dan bisa diambil manfaatnya ketika dibutuhkan. Oleh karena itu, disebut harta jika bisa diambil manfaatnya, dan manfaat tersebut dibolehkan secara *sayr'i*. Harta yang dimaksud bisa berupa komoditas/barang, bisa juga berupa

uang. Dari definisi ini bisa dimungkinkan adanya tukar menukar barang dengan barang, uang dengan uang, atau barang dengan uang.

Wahbah Zuhaili dalam kitab *Al-Majmu' Syarah muhaddaz*, bahwa jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta lain yang berdampak pada adanya kepemilikan” (Wahbah Zuhaili, 2020). Menurut Ahmad Sarawat, Jual beli adalah menukar barang dengan barang atau menukar barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak kepemilikan dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan (Ahmad Sarawat, 2020).

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama’ Indonesia (DSN MUI), akad jual beli adalah akad antara penjual dan pembeli yang mengakibatkan berpindahnya kepemilikan objek yang dipertukarkan barang dan harga (Agus, 2018).

Berdasarkan definisi di atas, bisa disimpulkan bahwa jual beli secara umum adalah akad atau transaksi tukar menukar harta berupa barang atau uang dengan harta lain yang berdampak pada adanya pelepasan kepemilikan dan kepemilikan baru bagi masing-masing pihak. Gambarannya, ada seseorang menjual HP dengan harga 2 juta, lalu ada orang lain yang membelinya dengan memberikan uang 2 juta. Pada contoh ini telah terjadi proses jual beli, di mana penjual HP memberikan HP yang dijual kepada pembeli, lalu pembeli memberikan uang 2 juta kepada penjual. Dampak dari proses transaksi jual beli ini, penjual melepas kepemilikan HP miliknya dan mendapatkan kepemilikan baru berupa uang 2 juta, sedangkan pembeli melepas

kepemilikan uang 2 juta dan mendapatkan kepemilikan baru berupa Hp.

1. Dasar Hukum Jual Beli

Adapun dasar hukum jual beli yakni mempunyai landasan yang kuat dalam al-Qur'an, Sunnah, dan Ijma'.

1. Landasan al-Qur'an Ulama Fiqih berpendapat bahwa yang menjadi dasar diperbolehkan jual beli adalah sebagaimana disebutkan dalam ayat al-Qur'an yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ذَلِكِ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

(Q.s Al-Baqarah, 2:275)

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT menghalalkan keuntungan melalui perniagaan yakni jual beli dan mengharamkan riba. Riba merupakan bunga yang diambil oleh pemilik hutang, karena orang yang berhutang menunda tempo dan menangguhkan pembayaran hutang. Dijelaskan bahwa kedua jenis keuntungan itu tidaklah sama, yakni penambahan harta pada suatu sisi berasal dari jual beli dalam jangka waktu tertentu dan pada sisi lain keuntungan melalui penundaan pembayaran yang telah jatuh tempo. Keuntungan yang berasal dari jual beli tidaklah sama dengan keuntungan dari hasil bunga riba karena Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mnegharamkan riba(Al-Fauzan, 2002).

Di dalam Al-Quran Allah SWT juga menjelaskan dalam Surah An-Nisa: 29 yang berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تَجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

(Q.S An-Nisa, 4:29)

Ayat ini memberikan pemahaman jual beli atau perniagaan tidak dapat melepaskan unsur keridhaan atau saling rela antara penjual dan pembeli. artinya bahwa jual beli yang tidak diiringi dengan kerelaan dilarang oleh Al-Qur'an" (Sundari, 2022).

Selain disebutkan dalam ayat Al-Quran diatas para ulama juga mengemukakan hadis Nabi Muhammad SAW. Diantara hadis Nabi Muhammad SAW yang berkenaan tentang jual beli yang diriwayatkan oleh Rifa'ah Ibn Rafi' Dari hadist tersebut dapat kita pahami bahwa jual beli yang mendapat berkah dari Allah SWT adalah jual beli yang jujur, yang tidak curang, tidak mengandung unsur penipuan dan penghianatan serta jual beli yang dilakukan itu adalah jual beli yang didasarkan atas suka sama (Ramli, M,2015).

2. Sunah

Hadis yang diriwayatkan oleh Rifa'ah Ibnu Rafi" sebagai berikut :

bahwa Nabi Shallallaahu 'alaihiwaSallam pernah ditanya "Pekerjaan apakah yang paling baik Beliau bersabda" *Pekerjaan seseorang dengan tangannya dan setiap jual-beli yang bersih.* Riwayat al Bazzar. Hadits shahih menurut Hakim (Saputra,2023).

3. ijma

Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak mampu mencukupi kebutuhan dirinya sendiri tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkan itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai. Allah SWT mensyariatkan jual beli sebagai pemberian peluang dan keleluasaan untuk hambahambaNya, karena semua manusia secara pribadi mempunyai kebutuhan berupa sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan seperti ini tidak pernah terputus dan tidak henti-henti selama manusia masih hidup, tidak seorang pun dapat memenuhi hajat hidupnya sendiri, karena itu manusia dituntut untuk berhubungan dengan yang lainnya dalam hal mencapai kebutuhannya terutama dalam hal mencari rezeki dengan jalan jual beli. Dalam hal ini tidak ada satu hal pun yang lebih sempurna dari pertukaran, dimana seorang memberikan apa yang ia miliki untuk kemudian ia memperoleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai kebutuhan masing-masing (Zainuddin,2022).

Jual beli itu hukumnya boleh dan terdapat hikmah di dalamnya. Pasalnya, manusia bergantung pada barang yang ada di orang lain dan tentu orang tersebut tidak akan memberinya tanpa ada timbal balik. Oleh karena itu, dengan diperbolehkannya jual beli maka dapat membantu terpenuhinya kebutuhan setiap orang dan membayar atas

kebutuhannya itu. Berdasarkan landasan hukum diatas, jual beli diperbolehkan dalam agama Islam karena dapat mempermudah manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya asalkan jual beli tersebut dilakukan atas dasar suka sama suka dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan (Yuliana, S.2017).

2. Rukun Dan Syarat Jual Beli

Dalam buku Rukun Dan Syarat Jual Beli yang dikutip oleh Hakam Abas, Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh syara'. Dalam menentukan rukun jual beli terdapat perbedaan pendapat ulama Hanafiyah dengan jumhur ulama. Rukun jual beli.

Menurut ulama Hanafiyah hanya satu, yaitu ijab qabul, ijab adalah ungkapan membeli dari pembeli, dan qabul adalah ungkapan menjual dari penjual. Menurut mereka, yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan (ridha) kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Akan tetapi, karena unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang sulit untuk diindra sehingga tidak kelihatan, maka diperlukan indikasi yang menunjukkan kerelaan itu dari kedua belah pihak. Indikasi yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli menurut mereka boleh tergambar dalam ijab dan qabul, atau melalui cara saling memberikan barang dan harga barang (Kurniawan,2019).

Akan tetapi jumbuh ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat, yaitu :

- 1) Ada orang yang berakad (penjual dan pembeli)
- 2) Ada sighat (lafal ijab qabul)
- 3) Ada barang yang dibeli (ma'qud alaih)
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang

Dalam melakukan transaksi jual beli ada 4 berbagai ketentuan, ialah ketentuan terbentuknya akad (*in,,iqad*), ketentuan sahnya akad jual beli, ketentuan terlaksananya akad (*nafaz*), serta ketentuan mengikat (*luzum*) (Rachmat Syafei,2001). Tujuan terdapatnya syarat- syarat ini merupakan bentuk menghindari adanya kesalahpahaman pada pihak yang bertransaksi, melindungi hak serta kemaslahatan kedua pihak, dan menjauhi jual beli garar ada faktor ketidakpastian (Dimyauddin,2008).

3. Macam-Macam Jual Beli

Sejak zaman Rasulullah SAW beliau banyak memasukkan unsur-unsur keislaman didalam praktik jual beli ini salah satunya adalah pelarangan riba yang sangat jelas merugikan manusia. Setelah wafatnya beliau banyak sekali praktik jual beli yang terjadi dimasyarakat para ulama memiliki beberapa pandangan dalam mengkategorikan praktik jual beli tersebut (Arafat,2021).

Salah satu imam madzhab yang memiliki pemikiran tentang pengelompokan jual beli ini adalah imam hanafiyah, beliau mengelompokan jenis jual beli menjadi jual beli sah dan juga jual beli fasid. jual beli yang sah adalah jual beli yang sesuai dengan

syarat dan rukunnya menurut madzhab imam hanafiyahz (Romli,2021).

Berdasarkan penjelasanya secara umum dibagi menjadi empat macam jual beli: (Rachmat Syafe'i,2001).

1. Jual beli salam (pesanan)

Jual beli salam adalah jual beli melalui pesanan, yakni jual beli dengan cara terlebih dahulu menyerahkan uang muka kemudian barangnya diantar belakangan.

2. Jual beli muqayadhah (barter)

Jual beli muqayadhah adalah jual beli dengan cara menukar barang dengan barang, seperti menukar baju dengan Sepatu

3. Jual beli mutlaq

Jual beli mutlaq adalah jual beli barang dengan sesuatu yang telah disepakati sebagai alat pertukaran seperti uang.

4. Jual beli alat penukar dengan penukar

Jual beli alat penukar dengan penukar adalah jual beli yang biasa dipakai sebagai alat penukar dengan alat penukar lainnya seperti uang perak dan uang emas.

Berdasarkan segi harga, jual beli dibagi pula menjadi empat bagian, yaitu:

- 1) Jual beli yang menguntungkan (al-murabbahah)
- 2) Jual beli yang tidak menguntungkan, yaitu menjual dengan harga aslinya (al tauliyah)
- 3) Jual beli rugi (al-khasarah)

- 4) Jual beli al-musawah, yaitu penjual menyembunyikan harga aslinya, tetapi kedua orang yang akad sering meridhai. Jual beli seperti inilah yang berkembang sekarang.

4. Manfaat Jual beli

1. Jual beli dapat menata struktur kehidupan ekonomi masyarakat yang menghargai hak milik orang lain.
2. Penjual dan pembeli dapat memenuhi kebutuhannya atas dasar kerelaan atau suka sama suka
3. Masing-masing pihak merasa ikhlas, penjual melepas dagangannya dengan ikhlas dan menerima uang dan sebaliknya pembeli memberikan uang dan menerima barang dagangan dengan ikhlas pula. Dengan demikian, jual beli mampu mendorong untuk saling bantu antara keduanya dalam kebutuhan sehari-hari.
4. Dapat menjauhkan diri dari emmakan atau memiliki barang yang haram (batil).
5. Penjual dan pembeli mendapat rahmat dari Allah SWT. Rasulullah bersabda (HR. Bukhari dan Tirmizi) bahwasanya orang yang berlapang dada dalam berjualan, membeli, dan menagih hutang akan dirahmati dan selalu dilapangkan rezekinya Menumbuhkan ketentraman dan kebahagiaan. Keuntungan dan laba dari jual beli dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan hajat sehari-hari (Zuhaero,2016).

5. Hadist Tentang Jenis - Jenis Jual Beli yang Dilarang

Pada umumnya, jual beli yang diharamkan atau dilarang oleh Allah SWT dan Rasul-nya disebabkan oleh dua hal, yaitu barang yang diperjual belikan termasuk kategori yang diharamkan oleh agama dan karena faktor caranya yang tidak sesuai (dilarang) dengan ajaran agama. Berikut adalah jenis- jenis jual beli yang dilarang (Mujahidin,2023).

1. Jual beli satu barang yang belum di terima

Jual beli ini merupakan jual beli yang dilakukan pada saat sang penjual belum menerima barang pesanannya dari pabrik, akan tetapi penjual sudah menawarkan dan menjual barang itu hingga terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli. Padahal barang tersebut belum terdapat ditangan penjual. Misalnya, Suatu hari pak Andry memesan koper di PT. Bina Nusantara, dan sudah terjadi kesepakatan dan tidak dapat dibatalkan antara pak Andy dengan PT. Bina Nusantara. Kemudian pihak PT menjanjikan bahwasanya koper tersebut akan dikirim dalam waktu 3 hari. Dalam waktu 3 hari tersebut tiba-tiba pak Andry berubah pikiran ia menginginkan tas slempang dan bukan koper lagi, pak Andry berinisiatif untuk menjual koper tersebut pada saudaranya di luar kota, Setelahh menawarkan koper tersebut ternyata saudaranya pak Andry setuju untuk membeli koper tersebut. Sehingga pak Andry menghubungi pihak pabrik untuk mengirim koper tersebut kepada saudaranya. Jual beli seperti ini tentunya dilarang

sesuai dengan sabda Rasulullah Saw “Jangan menjual sesuatu yang tidak ada padamu (Romdhon,2015).

2. Menjual Diatas Jualan Saudaranya

Yang dimaksud menjual di atas jualan saudaranya semisal seseorang yang telah membeli sesuatu dan masih dalam tenggang khiyar (bisa memutuskan melanjutkan transaksi atau membatalkannya), lantas transaksi ini dibatalkan. Si penjual kedua mengiming-imingi, “Mending kamu batalkan saja transaksimu dengan penjual pertama tadi. Saya jual barang ini padamu (sama dengan barang penjual pertama tadi), namun dengan harga lebih murah.” Si penjual intinya mengimingimingi dengan harga lebih menggiurkan atau semisal itu sehingga pembeli pertama membatalkan transaksi. Jual beli semacam ini jelas haramnya berdasarkan dalil-dalil di atas karena di dalamnya ada tindakan memudhorotkan saudara muslim lainnya (Mubarak,2022).

3. Jual Beli *Ba'i Najasy*

Ba'i najasy atau manipulasi permintaan, bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan dengan cara menciptakan penawaran palsu. Ambil contoh misalnya, pedagang berkerja sama dengan seseorang untuk berpura-pura menawarkan barang dagangannya dengan harga yang tinggi, tujuannya untuk memperdaya pembeli lainnya agar membeli dengan harga palsu itu atau bahkan bisa lebih tinggi lagi. Hal ini termasuk dalam kategori penipuan, untuk itu transaksi jenis ini

dilarang. Orang yang menaikkan harga, padahal tidak berminat untuk membelinya telah melanggar larangan Rasulullah Shallallahu'alaihi wasallam (Kholijah,2020).

4. Jual Beli Barang yang Haram

Pada dasarnya, yang dimaksud dengan benda-benda najis di sini adalah makanan, minuman atau hewan yang dianggap najis dan dilarang untuk dikonsumsi seperti babi, anjing, minuman keras, bangkai dan lain sebagainya. Benda-benda ini tidak hanya dilarang untuk dikonsumsi secara langsung, namun juga dilarang untuk diperjual belikan. Bahkan orang yang memakan hasil penjualannya sama dengan mengkonsumsi barang itu sendiri. Pada dasarnya, yang dimaksud dengan benda-benda najis di sini adalah makanan, minuman atau hewan yang dianggap najis dan dilarang untuk dikonsumsi seperti babi, anjing, minuman keras, bangkai dan lain sebagainya. Benda-benda ini tidak hanya dilarang untuk dikonsumsi secara langsung, namun juga dilarang untuk diperjual belikan. Bahkan orang yang memakan hasil penjualannya sama dengan mengkonsumsi barang itu sendiri (Lubis, 2001).

“Dari jabir Ibn Abdullah r.a. ia mendengar Rasulullah saw bersabda pada waktu tahun kmenangan, ketika itu beliau di mekah, *Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi dan berhala*. Kemudian ditanyakan kepada beliau, Wahai Rasulullah, bagaimana

pendapat anda tentang lemak bangkai, karena ia dapat digunakan untuk mengecat perahu, meminyaki kulit, dan dapat digunakan oleh orang-orang untuk penerangan. Beliau bersabda: *Tidak, ia adalah haram*. Kemudian beliau bersabda, *Allah melaknat orang-orang Yahudi*. Sesungguhnya Allah tatkala mengharamkan lemaknya, mereka mencairkan lemak itu, kemudian menjualnya dan makan hasil penjualannya”(HR. Al Jama'a)

5. Jual Beli dengan Unsur Penipuan

Jenis jual beli ini telah umum dikenal di tengah masyarakat sebagai salah satu bentuk jual beli yang dilarang dan tidak disukai oleh masyarakat, baik dengan cara-cara tradisional hingga cara-cara penipuan yang modern. Adapun salah satu dalil yang melarangnya adalah sebagaimana hadis yang diriwayatkan dari sahabat Abu Hurairah ra,

“Rasulullah saw lewat pada setumpuk makanan, kemudian beliau memasukkan tangannya ke dalam tumpukan makanan tersebut, maka jari-jari beliau terkena makanan yang basah. Beliau bertanya; Apa ini wahai pemilik (penjual) makanan ? Ia menjawab: Terkena hujan, wahai Rasulullah. Beliau bersabda: Mengapa kamu tidak menaruh yang basah ini di atas agar dapat dilihat orang ? Barangsiapa yang menipu, maka ia bukan golonganku”(HR. Muslim).

Sedangkan contoh-contoh jenis jual-beli dengan penipuan yang banyak beredar di tengah-tengah masyarakat antara lain, menjual sembako (contoh: beras) dengan takaran atau neraca yang direkayasa (dilas atau dipasang magnet)

sehingga berat barang tidak sesuai dengan realitanya, menjual buah yang sesungguhnya sudah tidak layak namun diberikan zat pewarna sehingga terkesan masih segar, menjual daging sapi namun dicampur dengan daging babi dan sejenisnya, menjual ayam yang sudah menjadi bangkai (ayam tiren) lalu direkayasa seolah ayam yang baru disembelih, barang kemasan yang sudah kadaluarsa atau terbuat dari bahan-bahan haram lalu disembunyikan masa kadaluarsanya atau ditempelkan label halal, dan lain sebagainya (Dewi,N.2022).

6. Dua Transaksi dalam Satu Transaksi (*Al-Wafa'*)

Bai al-wafa' adalah suatu jenis jual beli barang yang disyaratkan, dimana seorang menjual barangnya kepada pihak lain dengan syarat barang tersebut harus dijual pada dirinya (penjual) dengan harga tertentu dan pada saat tertentu sesuai dengan perjanjian. Atau menjual barang dalam batas waktu tertentu, jika waktu itu tiba maka seorang pembeli harus menjual kembali barangnya kepada penjual pertama itu. Misalnya penjual mengatakan kepada calon pembeli, barang ini saya jual dengan harga satu juta rupiah, dengan syarat tiga bulan yang akan datang kamu harus menjual barang tersebut kepada saya dengan harga tertentu. Jenis jual beli ini termasuk jenis jual beli yang terlarang, karena termasuk rekayasa dan memberikan ketidakpastian, atau kepemilikan yang tidak utuh terhadap barang yang dibeli oleh seseorang. Padahal dalam syariat Islam, jual beli merupakan salah satu cara terjadinya

perubahan kepemilikan (*al-Taghayyur al Milkiyah*) dari seseorang kepada orang lain. Dengan terjadinya perubahan kepemilikan tersebut, maka seorang pembeli berhak memiliki barang yang dimilikinya tanpa terikat dengan waktu tertentu. Ia berhak untuk menggunakannya dalam waktu yang dia inginkan serta berhak menghibahkan atau menjual barang (harta) nya kepada siapapun secara leluasa. “Bahwa Nabi Shallallahu‘alaihiwasallam melarang melakukan dua transaksi dalam satu transaksi jual beli” (Hadits ini dishahihkan oleh at-Tirmidzi dan Ibnu Hibban).

7. Jual Beli dengan memberi Uang Panjar (*Bai' Al-'Urbun*)

Jual-beli ‘Urbun (*bai' al-'Urbun*) adalah suatu sistem atau bentuk jual beli dimana pembeli membayar sejumlah uang (uang muka) untuk menunjukkan keseriusan dalam melakukan transaksi jual beli. Jika jual beli tersebut dilanjutkan, maka uang muka tersebut akan menjadi bagian dari harga barang yang diperjual belikan, sehingga pembeli hanya menggenapkan atau melengkapi kekurangan dari harga barang. Namun jika transaksi jual beli dibatalkan, maka keseluruhan uang muka menjadi milik calon penjual dan sedikitpun tidak dikembalikan kepada calon pembeli. Dalam istilah yang lebih populer jenis jual beli seperti ini sering disebut dengan “jual beli dengan sistem uang hangus”. Jenis jual beli ini termasuk yang diharamkan karena penuh dengan kezaliman, rekayasa serta mengambil hak orang lain secara

bathil dan dapat merugikan pihak lain. Sebab pada prinsipnya uang muka merupakan hak milik pembeli, sehingga jika terjadi pembatalan transaksi karena faktor-faktor tertentu, maka uang muka harus dikembalikan kepada calon pembeli, karena pembeli tidak mengambil sedikitpun dari barang yang sedang ditransaksikan. Namun jika pembatalan itu dilakukan secara sepihak tanpa alasan yang dibenarkan dan dapat merugikan pihak calon penjual, maka calon penjual dapat meminta kompensasi yang wajar menurut kesepakatan dan keridhaan kedua belah pihak, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan dikhianati. Hadits Amru bin Syaib, dari ayahnya, dari kakeknya bahwa ia berkata:

Rasulullah shallallohu'alaihi wa sallam melarang jual beli dengan sistem uang muka. Imam Malik menyatakan "Dan menurut yang kita lihat-wallahu A'lam- (jual beli) ini adalah seorang membeli budak atau menyewa hewan kendaraan kemudian menyatakan, Saya berikan kepadamu satu dinar dengan ketentuan apabila saya gagal beli atau gagal menyewanya maka uang yang telah saya berikan itu menjadi milikmu.

8. Jual Beli yang tidak terdapat pada Penjualnya

Misalnya, seorang pembeli datang kepada seorang pedagang mencari barang tertentu. Sedangkan barang yang dicari tersebut tidak ada pada pedagang itu. Kemudian antara pedagang dan pembeli saling sepakat untuk melakukan akad

dan menentukan harga dengan dibayar sekarang ataupun nanti, sementara itu barang belum menjadi hak milik pedagang atau si penjual. Pedagang tadi kemudian pergi membeli barang dimaksud dan menyerahkan kepada si pembeli. Jual beli seperti ini hukumnya haram, karena si pedagang menjual sesuatu yang barangnya tidak ada padanya, dan menjual sesuatu yang belum menjadi miliknya, jika barang yang diinginkan itu sudah ditentukan. Dan termasuk menjual hutang dengan hutang, jika barang yang diinginkan tidak jelas harganya dibayar di belakang.

Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wasallam telah melarang cara berjual beli seperti ini. Dalam suatu riwayat, ada seorang sahabat bernama Hakim bin Hazam Radhiyallahu‘anhu berkata kepada Rasulullah Shallallahu‘alaihi wasallam: “Wahai, Rasulullah. Seseorang datang kepadaku. Dia ingin membeli sesuatu dariku, sementara barang yang dicari tidak ada padaku. Kemudian aku pergi ke pasar dan membelikan barang itu” Rasulullah Shallallahu‘alaihi wasallam bersabda:

“Jangan menjual sesuatu yang tidak ada padamu”. [HR Tirmidzi].

9. Jual Beli Hutang dengan Hutang

Semisal, Anda memiliki piutang ke Pak Blangkon sebesar 100 ribu. Pak Blangkon punya piutang ke Pak Cecep sebesar 100 ribu. Karena besaran piutangnya sama, dan Pak Blangkon punya hajat hendak bepergian dalam waktu tak

dapat dipastikan kembalinya, maka Pak Blangkon punya inisiatif mengalihkan piutang Anda ke Pak Cecep, sebab Pak Cecep punya utang ke Pak Blangkon sebesar 100 ribu juga mekanisme di atas merupakan mekanisme jual beli utang dengan utang, yaitu utangnya Pak Blangkon ke Anda, dibeli dengan utangnya Pak Cecep ke Pak Blangkon. Walhasil, praktik itu adalah praktik jual beli utang dengan utang (*bai al-dain bi al-dain*). “Orang Islam dilarang jual beli utang dengan utang (Yanti,S.2018).

10. Jual Beli dengan Sistem Inah

Suatu jenis jual beli dimana seseorang menjual barang kepada orang lain (pembeli) secara tidak tunai, kemudian ia membelinya lagi dari pembeli tersebut secara tunai dengan harga yang lebih murah. Dari transaksi ini adalah untuk mengakal-akali memperdaya pihak lain agar mendapatkan keuntungan dari transaksi utang piutang yang dikemas dengan akad atau transaksi jual beli. Contoh jual beli ‘Inah: “Seorang Pemilik tanah ingin dipinjami uang oleh seseorang (pihak lain atau calon pembeli). Karena pada saat transaksi pihak yang ditawarkan belum memiliki uang tunai, maka pemilik tanah mengatakan kepadanya; Saya jual tanah ini kepadamu secara kredit seharga 200 juta rupiah dengan tenggang waktu pelunasan sampai dua tahun ke depan. Namun beberapa waktu kemudian, pemilik tanah mengatakan kepada pihak pembeli, sekarang saya membeli tanah itu lagi dengan harga 170 juta

secara tunai. Sedangkan hadis yang melarang jenis jual beli 'Inah ini terdapat dalam hadis riwayat Abu dawwud sebagai berikut: "Dari Ibnu Umar ia berkata, "Aku mendengar Rasulullah saw bersabda: "*Jika kalian berjual beli secara cara 'inah, mengikuti ekor sapi, ridha dengan bercocok tanam dan meninggalkan jihad, maka Allah akan menguasai kehinaan atas kalian. Allah tidak akan mencabutnya dari kalian hingga kalian kembali kepada agama kalian.*" Abu Daud berkata, "Ini adalah riwayat Ja'far, dan hadits ini adalah lafadznya." (HR. Abu Daud)

11. Orang Kota Menjual Dagangan Kepada Orang Desa Calo untuk orang desa

(pedalaman), yang dimaksud adalah orang kota yang menjadi calo untuk orang pedalaman atau bisa jadi bagi sesama orang kota. Calo ini mengatakan, "Engkau tidak perlu menjual barang-barangmu sendiri. Biarkan saya saja yang jualkan barang-barangmu, nanti engkau akan mendapatkan harga yang lebih tinggi (Jusoh, A.2015)

Dari Ibnu 'Abbas, Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "*Janganlah menyambut para pedagang dari luar (talaqqi rukban) dan jangan pula menjadi calo untuk menjualkan barang orang desa*".

Ayah Thowus lantas berkata pada Ibnu 'Abbas, "Apa maksudnya dengan larangan jual beli hadir li baad?" Ia

berkata, “Yaitu ia tidak boleh menjadi calo”. (HR. Bukhari nol. 2158).

12. Membeli Barang Dagangan kepada Pedagang sebelum sampai Tujuan

Sebagian pedagang menyongsong kedatangan barang dari tempat lain dari orang yang ingin berjualan di negerinya, lalu ia menawarkan harga yang lebih rendah atau jauh dari harga di pasar sehingga barang para pedagang luar itu dibeli sebelum masuk ke pasar dan sebelum mereka mengetahui harga sebenarnya. Jual beli seperti ini diharamkan menurut jumhur (mayoritas ulama) karena adanya pengelabuan. Dari Abu Hurairah, ia berkata: “Dulu kami pernah menyambut para pedagang dari luar, lalu kami membeli makanan milik mereka. Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam lantas melarang kami untuk melakukan jual beli semacam itu dan membiarkan mereka sampai di pasar makanan dan berjualan di sana (Fauzan,R.2021).

13. Jual Beli Musharrah

Penjual menahan susu yang ada pada binatang ternak untuk menimbulkan kesan bahwa binatang tersebut memiliki banyak susu (sehingga harganya menjadi mahal). Dengan demikian si pembeli berhak untuk menolak musharrah (binatang yang sengaja digemukkan dengan cara menahan susunya) karena hal itu termasuk gharar berupa penipuan (Argarini,2022).

Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: *"Barangsiapa membeli kambing yang puting susunya diikat (agar terlihat berisi), maka ia berhak memilih selama tiga hari, jika ia berkenan menahannya maka ia boleh menahannya, dan jika ia berkenan mengembalikannya maka ia boleh mengembalikannya dengan menyertakan satu sha' kurma."* [Hadits Muslim No. 2803].

Hukum jual beli Musharrah Walaupun demikian, ia berhak untuk menentukan pilihan, antara memilikinya atau mengembalikannya. Ia berhak memilih yang terbaik dari dua pilihan yang sudah disebutkan tadi, dan jual belinya menjadi sah. Ia tetap berhak untuk memilih dengan pilihan yang sudah disebutkan meskipun ia mengetahui dari si penjual bahwa binatang tersebut memang sengaja digemukkan, baik ia mengetahuinya sebelum memerah susu ataupun Setelahnya. Jika ia ingin tetap terus memilikinya, maka dengan harga lama yang sudah disepakati. Adapun jika ia ingin mengembalikan binatang tersebut kepada si penjual, maka ia boleh mengembalikannya dengan syarat harus memberikan satu sha' kurma kepada si penjual sebagai ganti susu yang ada di kelenjar hewan tersebut yang sudah ia peras (Ad-Duwaisy, 2004).

14. Jual Beli saat Adzan Terakhir

Tidak sah, akad yang dilakukan oleh orang yang berkewajiban melaksanakan shalat jum'at dan dilakukan Setelah adzan kedua. Allah Azza wa Jalla berfirman

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ
وَدَرُّوا أَلْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٩﴾ فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ
فَأَنْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ
تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

“Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum’at, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (QS. Al Jumu’ah: 9-10).

Perintah meninggalkan jual beli dalam ayat ini menunjukkan terlarangnya jual beli Setelah dikumandangkannya azan Jum’at. Sebagaimana disebutkan dalam ayat di atas, larangan dimulai saat adzan. Namun adzan yang dimaksud apakah adzan yang pertama ataukah kedua? Di sini ada beda pendapat. Perlu diketahui bahwa adzan kedua sebelum shalat Jum’at adalah adzan yang diterapkan oleh khulafaur rosyidin. Sehingga tidak perlu diingkari. Demikian nasehat guru Syaikh Sholeh Al Fauzan hafizhohullah. Adzan

pertama di hari Jum'at ini ditambahkan di masa 'Utsman bin 'Affan radhiyallahu 'anhu, salah seorang khulafaur rosyidin (Abdullah,F.2014).

15. Jual Beli Muzabanah

Muzabanah adalah mengadakan jual beli kurma basah dengan kurma kering yang masih berada di atas pohon. Hal ini juga berlaku terhadap semua jenis buahbuahan lainnya, sehingga taksiran perbedaan volume (baik secara kuantitas maupun kualitas) antara yang basah apabila telah kering tidak dapat diketahui (Juliana,S.2018).

“Dari Anas bin Malik r.a. ia berkata:

Rasulullah saw melarang jual beli alMuhaqalah, al-Mukhadharah, al-Mulamasah, al-Munabazah dan jual beli alMuzabanah.” (HR. Al-Bukhari)

16. Jual Beli Asunya (pengeculian)

Yaitu seorang penjual berkata kepada pembeli, “Aku jual barang ini kepadamu keculi sebagiannya saja.” Atau seorang berkata, “Aku jual unta-unta ini kepadamu keculi sebagiannya saja.” Atau seorang berkata, “Aku jual pohon ini kepadamu keculi sebagiannya saja,” dan begitu seterusnya. Pengeculian ini, yaitu seorang penjual menyisakan sesuatu yang masih majhul (tidak diketahui) kepada pembeli dengan cara mengeculikan sebagian dari barang yang sudah dijual. Sebagaimana yang sudah diketahui bahwa pengeculian sesuatu yang telah diketahui dengan sesuatu yang tidak

diketahui akan menjadikan sisanya menjadi tidak diketahui, dan ini tidak boleh. Adapun jika pengecualiannya sudah diketahui oleh kedua belah pihak, maka tidak ada larangan dalam syari'at, seperti seseorang berkata, "Aku jual kambingkambing ini kepadamu kecuali kambing yang ini." Imam yang lima (Ahmad, Abu Dawud, Ibnu Majah, at-Tirmidzi, dan an-Nasa-i) meriwayatkan dari Jabir Radhiyallahu anhu. Ia berkata:

"Nabi Shallallahu 'alaihi wasallam melarang muhaqalah, muzabanah, mukhabarah, dan tsunaya (jual beli dengan cara dikecualikan), kecuali (jika yang dikecualikan) sudah diketahui (Baits,A.2016).

2.2.3. Konsep Etika Bisnis

1. Pengertian Etika Bisnis

Etika adalah cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan perbuatan dan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya (Abdul, Aziz,2013).

Menelusuri asal usul etika tak lepas dari asli kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter"(character) Irham Fahmi,2014) Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan

dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lainnya (Arijanto,2014).

Menurut Webster Dictionary, etika adalah ilmu tentang tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang disistemisasi tentang tindakan moral yang benar (Buchari Alma,2016). Banyak yang menganggap bahwa etika dan akhlak itu sama, padahal ada perbedaan. Perbedaan akhlak dengan etika adalah bahwa etika merupakan cabang dari filsafat yang bertitik tolak pada akal pikiran, sedangkan akhlak adalah suatu ilmu pengetahuan yang mengajarkan mana yang baik dan mana yang buruk, berdasarkan ajaran Allah SWT dan Rasulullah (Nilava,2020).

R.W. Griffin mengemukakan bahwa etika adalah keyakinan mengenai tindakan yang benar dan salah atau tindakan yang baik atau buruk yang memengaruhi hal lainnya. Etika ini sangat erat hubungannya dengan perilaku manusia, khususnya perilaku para pelaku bisnis, apakah berperilaku *etis* ataukah berperilaku tidak *etis*. R.W. Griffin mengemukakan bahwa perilaku *etis* adalah perilaku yang sesuai dengan norma-norma sosial yang diterima secara umum berkaitan dengan tindakan-tindakan yang bermanfaat dan yang membahayakan. Dalam bahasa Kant, etika berusaha menggugah kesadaran manusia untuk bertindak secara *otonom* dan bukan secara *heteronom*. Etika bermaksud membantu manusia untuk bertindak secara bebas, tetapi dapat dipertanggungjawabkan (Nana,2013).

Terkait dengan etika, perlu memahami moral. Moral berasal dari bahasa latin “*mores* ”yang artinya tindakan manusia yang sesuai dengan ukuran yang diterima oleh umum.dalam bahasa Indonesia, moral dipahami sebagai susila, yaitu perilaku yang sesuai dengan pandangan umum, yang baik dan wajar, yang meliputi satuan sosial dan lingkungan tertentu. Dengan demikianada kesamaan antara etika dan moral, namun ada pula perbedaanya, yaitu etika lebih banyak bersifat teori dan moral lebih banyak bersifat praktis, etika merupakan tingkah laku manusia secara umum (*universal*), sedangkan moral bersifat lokal dan khusus (Alma,2009).

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan Perusahaan (Aziz,2013).

Berdasarkan pemaparan definisi di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan etika bisnis Islam ialah seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal,

membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam. Realitasnya, para pelaku bisnis sering tidak mengindahkan etika. Para pelaku bisnis yang sukses memegang prinsip-prinsip bisnis yang tidak bermoral, misalnya maksimalisasi laba, *agresivitas*, *individualitas*, semangat persaingan, dan manajemen konflik. Etika atau moral dalam bisnis merupakan buah dari keimanan, keislaman dan ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan akan kebenaran Allah SWT (Salim,A.2018).

Etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan. Sedangkan etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi dalam melakukan usaha atau kontrak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai- nilai ajaran Islam. Adapun analisis jual beli online melalui situs resmi ditinjau menurut prinsip-prinsip etika bisnis Islam (Mustofa,2022).

Di dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi muslim adalah adanya konsepsi hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan Tuhannya. Dan etika bisnis Islam merupakan etika bisnis yang mengedepankan nilai-nilai al-Quran, dimana nilai-nilai tersebut meliputi antara lain: Kesatuan (tauhid/unity), nilai ini menawarkan keterpaduan antara agama, ekonomi, dan social untuk membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam. Keseimbangan (equilibrium atau adil), Islam sangat menganjurkan

untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang. Kehendak bebas (free will), kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, namun kebebasan tersebut juga tidak merugikan kepentingan kolektif. Tanggung jawab (responsibility), untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis atas semua yang dilakukannya Azizah (2020).

Al-Qur'an dalam mengajak manusia untuk mempercayai dan Mengamalkan tuntutan-tuntutannya untuk segala aspek kehidupan. Seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual beli, untung-rugi, dan sebagainya (Wahyuni,2019).

Dalam konteks ini Al-Qur'an menjanjikan :

﴿إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنْفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْفُرْقَانِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بَبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ﴾

Artinya :

“Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam taurat, injil dan al-Quran. dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar” (QS. At-Taubah : 111).

Pada ayat tersebut, mereka yang tidak ingin melakukan aktivitas kehidupannya kecuali bila memperoleh keuntungan semata, dilayani (ditantang) oleh Al-Qur'an dengan menawarkan satu bursa yang tidak mengenal kerugian dan penipuan.

3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Menurut Muhammad Djakfar (2007) untuk memperoleh keberkahan, seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis yang telah digariskan dalam Islam, antara lain

1. Keesaan (*Unity*)

Gagasan Tauhid yang merupakan poros vertikal Islam merupakan cerminan persatuan. Allah yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) mutlak atas seluruh ciptaan- Nya, adalah satu-satunya pemilik alam semesta, termasuk manusia. Setiap orang memiliki hak yang sama karena semua yang ada di bumi adalah milik Tuhan Yang Maha Esa, yang harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis. Dilarang menggunakan, atau menuntut, diskriminasi hanya berdasarkan warna kulit, etnis, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau usia

2. Keseimbangan

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Pada dataran ekonomi, konsep keseimbangan menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi serta produksi yang terbaik, dengan

pemahaman yang jelas bahwa kebutuhan seluruh anggota masyarakat yang kurang beruntung dalam masyarakat Islam di dahulukan atas sumber daya ril masyarakat. Tidak terciptanya keseimbangan sama halnya dengan terjadinya kedhaliman (Badroen,2015).

Dengan demikian, Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri dan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin, antara hak pembeli dan hak penjual dan lain sebagainya Penerapan konsep keseimbangan ini sebagai contoh adalah Allah SWT memperingatkan para pengusaha muslim untuk menyempurnakan takaran timbangan dalam jual beli. Sangat menarik untuk mengetahui makna adalah keseluruhan Islam ingin mengekang kecenderungan sikap serakah manusia dan kecintaanya untuk memiliki barang-barang (Rafik Isa 1997).

3. Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian Penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Dalam pandangan Islam, manusia dianugerahi potensi untuk berkehendak dan memilih di antara pilihan-pilihan yang beragam, kendati kebebasan yang dimiliki Allah (Muhammad Djakfa,2007) Kebebasan merupakan bagian Penting dalam nilai etika bisnis Islam. Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya

ataupun mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerah hidupnya pada kehendak Allah SWT akan menepati semua kontrak yang telah ia buat (Restiasari,2024).

4. Tanggung Jawab

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri (Syahrizal,2018).

5. Kebenaran (Kejujuran dan Kebajikan)

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

Etika bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma atau moralitas. Dengan demikian, moral berbeda dengan etika. Norma adalah suatu pranata dan nilai mengenai baik dan buruk, sedangkan etika adalah refleksi kritis dan penjelasan rasional mengapa sesuatu itu baik dan buruk. Menipu orang lain adalah buruk. Ini berada

pada tataran moral, sedangkan kajian kritis dan rasional mengapa menipu itu buruk apa alasan pikirannya, merupakan lapangan etika (Philp Kotler,1997).

Di Indonesia, pengabaian etika bisnis sudah banyak terjadi khususnya oleh para konglomerat. Para pengusaha dan ekonomi yang kental kapitalisnya, mempertanyakan apakah tepat mempersoalkan etika dalam wacana ilmu ekonomi. Munculnya penolakan terhadap etika bisnis, dilatari oleh sebuah paradigma klasik, bahwa ilmu ekonomi harus bebas nilai (*value free*). Etika bisnis hanyalah mempersempit ruang gerak keuntungan ekonomis. Padahal, prinsip ekonomi, menurut mereka, adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya (Salim,A.2018).

2.2.4. Media Sosial Facebook

Media atau “medium” yang bisa dimaksud bagaikan perantara. Media merupakan pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan (Azhar Arsyad,2009). Sebaliknya *Facebook* ialah salah satu dari sekian *social networking*. *Social networking* bisa diartikan sebagai pemakaian suatu Web untuk membuat semua orang saling terhubung (Kurniali,S. 2011). Sedangkan pengertian *Facebook* itu sendiri yaitu salah satu media dimana pengguna bisa bersosialisasi ataupun berhubungan dalam dunia maya (Andi Dan Madcoms,2009). Pengertian yang lain Facebook merupakan web komunitas (dimana kita dapat berjumpa orang serta bersosialisasi di dunia maya), dapat diucap dengan jejaring sosial

ataupun *Social networking web*. Marck Zuckerberg merupakan pencipta *facebook*, pada awal mulanya *facebook* di jadikan sebagai alat komunikasi di lingkungan *Harvard University* (Sanjaya,2009). namun dikarenakan pesatnya perkembangan atau kemajuan teknologi maka facebook berkembang dengan pesat sampai ke seluruh dunia bahkan sampai ke Indonesia (Kurniali,2011).

Berdasarkan uraian diatas dapat peneliti ketahui bahwasannya *Facebook* merupakan media sosial yang berfungsi sebagai perantara antar individu dan kelompok untuk saling berkumpul dan bertukar pesan. Interaksi yang terjadi di dalam media sosial *Facebook* tidak terbatas oleh kondisi geografis seperti jarak dan dan sebagainya, semua orang dari berbagai negara memiliki akses yang sama untuk saling berkomunikasi satu dengan yang lainnya.

2.2.5. Fenomena Jual-Beli Barang Bekas

Kegiatan jual-beli barang atau benda merupakan salah satu bentuk kegiatan atau aktivitas perdagangan. Di dalam pelaksanaan kegiatan jual-beli juga tidak terlepas dari dua aktor atau peran penting dari penjual (pedagang) dan pembeli (konsumen). Dalam pasal 1 ayat (2) UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan secara jelas bahwa yang di maksud Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, Menurut Muhammad Bagus Firmansyah (2021) orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan dalam dinamika perkembangan kehidupan

masyarakat, seorang konsumen tidak hanya tertarik membeli dan menggunakan barang-barang yang baru di produksi, namun juga tertarik membeli barang bekas atau barang *second*. Barang bekas atau barang *second* adalah penggunaan suatu barang lebih dari sekali ini mencakup penggunaan kembali secara konvensional dimana barang dipakai lagi dengan fungsi yang sama, dan penggunaan kembali dimana barang dipergunakan dengan fungsi yang berbeda. Seorang Konsumen dalam membeli suatu barang, khususnya barang bekas/*second* akan mendapatkan suatu hak dan kewajiban. Hak yang didapatkan konsumen yaitu konsumen dapat memiliki dan menggunakan sepenuhnya barang bekas/*second* yang sudah dibelinya dari si penjual atau pedagang, sementara kewajiban yang didapatkan konsumen yaitu konsumen berkewajiban untuk membayar barang bekas/*second* yang dibelinya kepada si penjual atau pedagang (Ardika, K.2021).

Transaksi online atau lebih dikenal dengan *e-commerce* Menurut Imam Mustofa (2016) jual beli online merupakan aktifitas pembelian, penjualan, pemasaran, dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan computer. Jual beli online dapat diartikan juga suatu kegiatan ataupun aktivitas jual beli berupa transaksi penawaran barang, dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu langsung untuk melakukan penawaran dan pembelian terhadap suatu barang secara online dengan memanfaatkan teknologi internet.

Dalam praktiknya, seorang konsumen sering mengalami kendala-kendala atau permasalahan yang di temuinya saat melakukan

kegiatan pembelian suatu barang bekas/second, hal itu dikarenakan barang bekas yang diperjualbelikan pada umumnya berbeda dari karakteristik jual beli barang baru, seperti dari segi kualitas produk, barang bekas tidak memiliki (pada umumnya) buku identitas (katalog) barang, kartu asuransi, bahkan waktu jeda komplein atas barang (khiyar) yang tidak disediakan.

Fenomena di atas menjadi hal-hal pemicu sering terjadinya penyimpangan dalam kegiatan jual beli barang bekas, yang selanjutnya akan menjadi celah terjadinya kecurangan dan kerugian dari masing-masing pihak, khususnya pihak konsumen. Dari pemaparan tersebut, maka sangat penting untuk dilakukannya suatu kajian atau analisa secara lebih jelas dan spesifik terkait dengan perlindungan hukum terhadap konsumen di dalam membeli barang bekas atau barang second.

Dalam dunia bisnis Menurut Alwi Shihab (1992) semua orang tidak mengharapkan memperoleh perlakuan tidak jujur dari sesamanya. Dalam observasi sementara terhadap barang bekas khususnya di Kota Kendari, terdapat banyak pembisnis yang menggunakan cara-cara yang tidak pantas dilakukan, antara lain dengan mengurangi timbangan dan menutupi cacat barang. Hal ini tentu saja sangat merugikan pihak lain yang melakukan transaksi dengan para pengepul tersebut. Kenyataan bahwa mayoritas beragama Islam, menjadikan hal itu lebih memprihatinkan.

Praktek manipulasi tidak akan terjadi jika dilandasi dengan moral yang tinggi. Menurut Achyar Eldine (1997) Moral dan tingkat

kejujuran yang rendah akan menghancurkan tata nilai etika bisnis itu sendiri. Akan tetapi bagi orang-orang yang berkecimpung dalam bisnis yang dilandasi oleh rasa keagamaan mendalam akan mengetahui bahwa perilaku jujur akan memberikan kepuasan tersendiri dalam kehidupannya. Berbisnis secara etis sangat perlu dilakukan karena profesi bisnis pada hakekatnya adalah profesi luhur yang melayani masyarakat banyak. Usaha bisnis berada di tengah-tengah masyarakat, mereka harus menjaga kelangsungan hidup bisnisnya. Caranya ialah menjalankan prinsip etika bisnis.

2.3. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dimulai dari perencanaan, pelaksanaan susunan yang berkaitan dengan proses kegiatan sistem pembayaran utang gabah pada pembiayaan usaha tani. Dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana sistem pembayaran utang gabah pada pembiayaan usaha tani ditinjau dalam perspektif ekonomi syariah.

Gambar 2.1
Kerangka Pikir

