

**PENERAPAN PRINSIP HUKUM ISLAM DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI SOSIAL COMMERCE
STOKIS H-3440 PT. NATURAL NUSANTARA**

(Studi Kasus marketplace facebook)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I (SI)**



Disusun Oleh :

NAILA UMI KHANIFAH

1802036036

**HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
WALISONGO SEMARANG**

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Prof. Dr. Hamka, KM. 2 (Kampus III) Ngaliyan, Semarang.
Telp (024) 7601291) Fax. 7624691

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 4 (Empat) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
A.n. sdr. Naila Umi Khanifah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Naila Umi Khanifah
NIM : 1802036036
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : PENEREPAN PRINSIP HUKUM ISLAM DALAM TRANSAKSI
DIGITAL STOKIS H-3440 PT. NATURAL NUSANTARA (STUDI
KASUS MARKETPLACE FACEBOOK)

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.
Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Dr. Junaidi Abdillah, M.Si.
NIP. 19702022009121001

Semarang, 27 Februari 2025

Pembimbing II

Ali Maskur B.Hl., M.H.
197603292023211003

PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**

Jalan Prof. Dr. H. Hamka Km. 2 Kampus III Ngaliyan Semarang 50185
Telp. (024)7601291, Fax. (024)7624691

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Naila Umi Khanifah

NIM : 1802036036

Judul : Penerapan Prinsip Hukum Islam dalam Transaksi Jual Beli Sosial
Commerce Stokis H-3440 PT. Natural Nusantara (Studi Kasus
Marketplace).

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan penguji Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus pada tanggal 27 Maret 2025. Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) tahun akademik 2025/2026.

Semarang, 29 April 2025

Mengetahui

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Muhammad Zainal Mawahib, S.H.I., M.H.

NIP. 199010102019031018

Dr. H. Junaidi Abdillah, M.S.I.

NIP. 197902022009121001

Penguji I

Penguji II

Dr. H. Ali Imron, S.Ag., S.H. M.Ag.

NIP. 197307302003121003



Nurhavati, S.H.I., M.H.

NIP. 199861215019032013

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Junaidi Abdillah, M.S.I.

NIP. 1979020220091001

Ali Makmur, S.H., M.H.

NIP. 197603292023211003

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi huruf Arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor: 0543b/u/1987.

1. Konsonan

No	Arab	Nama	Latin
1	ا	Alif	Tidak dilambangkan
2	ب	Ba	B
3	ت	Ta	T
4	ث	Sa	ṡ
5	ج	Jim	J
6	ح	Ha	H
7	خ	Kha	Kh
8	د	Da	D
9	ذ	Za	ẓ
10	ر	Ra	R
11	س	Zai	Z
12	س	Sin	S
13	ش	Syin	Sy
14	ص	Sad	ṣ
15	ض	Dad	ḍ

16	ط	Ta	ṭ
17	ظ	Za	Ẓ
18	ع	„ain	„
19	غ	Gain	G
20	ف	Fa	F
21	ق	Qaf	Q
22	ك	Kaf	K
23	ل	Lam	L
24	م	Mim	M
25	ن	Nun	N
26	و	Wau	W
27	ه	Ha	H
28	ء	Hamzah	'
29	ي	Ya	Y

2. Vokal Pendek

اَ = a كَتَبَ Kataba

اِ = i سَلَّى لَ su‘‘ila

اُ = u يَذْهَبُ Yazhabu

3. Vokal Panjang

اَآ = ā قَالَا Qāla

اِآ = ī قَالَا Qīla

قُلْ = ū قُلْ = Yaqūlu

4. Diftong

اَيُّ حَوْل = ai كَيْفَ = kaifa
 اَوْ = au هَوْل = haula

5. Syaddah (ّ)

Syaddah atau tasydid dilambangkan dengan konsonan ganda.

6. Kata sandang (....ّ)

Transliterasi kata sandang untuk Qomariyyah dan Shamsiyyah dialihkan menjadi = al

الرَّحْمَ = al Rahman

الْعَلَمِ = al Ālamīn

7. Ta'Marbuth(ة)

Setiap ta'marbuthah ditulis dengan "h" misal الزُّوْية ditulis dengan ar-ru'yah.

MOTTO

“Orang lain tidak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya sebagian success stories-nya saja. Jadi, berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan”.

Jadi, tetap berjuang ya.

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ

Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan dan kemudahan

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan selesai, alhamdulillah Rabbil Alamin. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tua saya, untuk Bapak Makmun Terimakasih untuk cinta dan kasih sayangnya serta pengorbanannya yang tak bisa diukur selama hidupku ini. Terima kasih untuk bapak yang telah bekerja keras untuk menyekolahkan sampai jenjang sarjana serta selalu mendo"akan, mendukung dan memberi motivasi.
2. Untuk Almarhumah ibu saya, ibu Mianah (pintu surga) ku terima kasih untuk ibu yang telah melahirkan,memberikan kasih sayang selama ini walaupun nanti dihari wisuda ibu tidak bisa mendampingi dan melihat anaknya sebagai sarjana.
3. Nenek saya, mbah Mardiyah biasa saya panggil Mamak terima kasih untuk kasih sayang dan mendo"akan selama ini.
4. Untuk paman saya Pakde Abdurrahman terima kasih telah selau memberi dukungan penuh selama memasuki jenjang sekolah sampai sebagai sarjana.
5. Kakak perempuan saya Afif Fatimatuz zahro S.pd, dan Suaminya Habib Ali Lutfi S.pd, terima kasih selama masa pengerjaan skripsi telah banyak membantu serta mendukung penuh dan memberi semangat kepada saya.
6. Untuk adik perempuan Inarotul Ulya, terima kasih tidak rewel selama di tinggal ke kampus selama masa skripsi.
7. Untuk teman seperjuangan Putri Ristiawati, kita mungkin sangat terlambat tetapi bisa bangkit dan berjuang

kembali. Terima kasih selalu mendukung dan mendengarkan keluh kesah salam ini.

8. Terima kasih untuk diri saya sendiri Naila Umi Khanifah telah bangkit dengan keadaan yang selama ini mungkin sulit di hadapi tetapi Allah selalu memberikan jalan untuk hamba-Nya. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha, serta menikmati setiap prosesnya yang bisa di bilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pemikiran-pemikiran orang lain kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 6 Maret 2025



Naila Umi Khanifah

1802036036

ABSTRAK

Sosial Commerce merupakan fenomena baru jual beli secara online menggunakan media sosial, untuk membantu dalam pembelian online dan penjualan barang dan jasa. Tingginya pengguna sosial media dan berkembang pesat penggunaan e-commerce di Indonesia sebagai landasan permasalahan dalam menerapkan penelitian dengan menggunakan pendekatan sosial commerce. Perkembangan saat ini tidak bisa dihindari dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong sistem perdagangan elektronik (e-commerce), termasuk dalam penjualan produk Natural Nusantara (NASA) melalui platform Marketplace Facebook. Sebagai stokis resmi NASA dengan kode H-3440, transaksi jual beli sosial commerce yang dilakukan harus memenuhi prinsip hukum Islam agar sah dan sesuai dengan syariat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce stokis NASA di Marketplace Facebook, dengan fokus pada aspek ijab dan qabul, kejelasan akad, kejujuran dalam perdagangan, larangan riba, serta kehalalan produk.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan normatif dan empiris. Data dikumpulkan melalui studi literatur terhadap kitab-kitab fikih, jurnal ilmiah, serta wawancara dengan stokis dan konsumen yang aktif melakukan transaksi melalui Facebook Marketplace. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun transaksi stokis NASA di Marketplace Facebook dapat sesuai dengan prinsip hukum Islam, terdapat beberapa tantangan seperti potensi penipuan, ketidakjelasan akad akibat minimnya perlindungan transaksi, serta risiko gharar dalam sistem pembayaran dan pengiriman barang.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa transaksi jual beli sosial commerce stokis NASA di Marketplace Facebook dapat

dilakukan sesuai dengan syariah apabila dilakukan dengan kejelasan akad, transparansi informasi produk dan harga, serta menghindari unsur haram dan riba. Oleh karena itu, diperlukan edukasi bagi stokis dan pembeli mengenai prinsip jual beli Islami serta penguatan regulasi dalam perdagangan digital agar lebih aman dan sesuai dengan hukum Islam.

Kata Kunci: Hukum Islam, Transaksi jual beli sosial commerce, Stokis NASA, Marketplace Facebook.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Tiada kata yang paling pantas diucapkan selain rasa syukur atas kehadiranmu yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Penerapan Prinsip Hukum Islam dalam Transaksi di gital Stokis H-3440 PT. Natural Nusantara”. Dengan lancar tidak ada halangan apapun skripsi disusun sebagai kelengkapan guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana di fakultas syariah dan hukum UIN Walisongo Semarang

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat berhasil tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nizar, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Ghofur, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Amir Tajrid, M. Ag. selaku ketua jurusan Hukum Ekonomi Syariah, beserta segenap staff akademik jurusan Hukum Ekonomi Syariah yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing I, Bapak Dr. Junaidi Abdillah, M.Si. telah meluangkan waktu dalam membimbing proses penulisan skripsi. Semoga Allah SWT memberkahi dan memberikan kesehatan.
5. Wali studi serta dosen pembimbing II, bapak Ali Maskur, S.HI., M.H. yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam masa kuliah. Semoga Allah SWT memberkahi dan memberikan kesehatan.

6. Segenap bapak dan ibu dosen fakultas syariah dan hukum UIN Walisongo Semarang yang telah mengajarkan ilmu dan pengalaman sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya di UIN Walsongo Semarang.
7. Kedua orang tua penulis serta segenap keluarga atas segala doa restu, perhatiannya, kasih sayangnya, dukungan serta pengorbanannya baik secara moral maupun materil
8. Kepada seluruh narasumber yang sudah bersedia dan meluangkan waktunya demi memberikan informasi kepada penulis.
9. Segenap pihak yang tidak sempat disebutkan, atas bantuannya baik moral maupun materil secara langsung atau tidak dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga semua amal dan kebaikan mendapat balasan yang berlimpah, baik dari balasan berupa nikmat sehat, panjang umur dan segala rezeki yang berlimpah serta barokah. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, sehingga penulis mengharap kritik dan masukan dari yang membaca agar menjadikan skripsi ini lebih baik dan sempurna. Penulis mengharap skripsi ini bermanfaat dikemudian hari. Aamiin.

Semarang, 6 Maret 2025



Naila Umi Khanifah

1802036036

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	iv
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
DEKLARASI.....	x
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian.....	9
D. Manfaat Hasil Penelitian.....	9
E. Tinjauan Pustaka	10
F. Landasan Teori.....	18
G. Metodologi Penelitian.....	20
H. Sistematika Penulisan	30
BAB II : PRINSIP TRANSAKSI JUAL BELI SOSIAL COMMERCE DALAM HUKUM ISLAM DAN MARKETPLACE FACEBOOK.....	32
A. Transaksi jual beli sosial commerce dalam Perspektif Hukum Islam.....	32

1. Pengertian Transaksi jual beli sosial commerce	32
2. Syarat dan Rukun Jual Beli	36
3. Prinsip-Prinsip Hukum Islam dalam Transaksi jual beli sosial commerce	43
4. Akad Jual Beli Online dalam Islam.....	47
B. Fatwa DSN-MUI No.05/2000 Tentang Salām	50
5. Pengertian Akad Salam.....	50
6. Dasar Hukum Salām	51
7. Rukun Dan Syarat-Syarat.....	52
C. Marketplace Facebook dan E-commerce dalam prespektif 53	
1. Marketplace Facebook	53
2. Peran Facebook dalam Strategi Pemasaran.....	56
3. Tantangan dan Peluang Marketplace dalam Penerapan Prinsip Syariah	57
BAB III : _PRAKTIK PRINSIP TRANSAKSI JUAL BELI SOSIAL COMMERCE MARKETPLACE FACEBOOK di STOKIS NATURAL NUSANTARA (NASA).....	61
A. Profil PT. Natural Nusantara	61
1. Gambaran Umum.....	61
2. Visi dan Misi Perusahaan	64
3. Data khusus tentang gambaran umum Stokis H-3440.....	64
4. Letak Geografis Wilayah	67
B. Transaksi jual beli sosial commerce Stokis NASA di Marketplace Facebook	68
1. Mekanisme Transaksi jual beli sosial commerce.....	68

2. Kelebihan dan Tantangan.....	72
3. Tata Cara Penggunaan Marketplace Facebook	73
4. Data Hasil Penjualan Stokis Nasa H-3440	74
BAB IV : HASIL PEMBAHASAN DAN ANALISIS	78
A. Penerapan Prinsip Hukum Islam dalam Transaksi jual beli sosial commerce Stokis H-3440 PT Natural Nusantara	78
1. Prinsip Hukum Islam dalam Transaksi jual beli sosial commerce.....	79
2. Beberapa tantangan dalam penerapan hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce stokis meliputi:.	81
B. Jual Beli Pada Facebook Marketplace Dalam Perspektif Hukum Islam.....	82
BAB V : KESIMPULAN.....	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	94
Lampiran-Lampiran	98
A. Wawancara Stokis NASA H-3440	98
B. DOKUMENTASI.....	105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	107

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, jangkauan pasar yang besar, tantangan terkait keamanan, regulasi, dan persaingan tetap menjadi isu penting yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, pemahaman tentang penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce, khususnya di Facebook Marketplace, menjadi hal yang sangat relevan untuk memastikan bahwa kegiatan jual beli yang dilakukan sesuai dengan nilai-nilai keadilan, transparansi, dan kebaikan dalam Islam.

Perkembangan teknologi yang marak akhir-akhir ini dapat mempengaruhi perekonomian suatu negara dan sistem perdagangan, serta kehidupan ekonomi masyarakat. Perkembangan internet yang semakin maju dan berkembang dengan pesatnya merupakan salah satu jenis teknologi yang dapat diamati. Perdagangan elektronik, atau E-Commerce, adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan aktivitas perdagangan yang melibatkan media internet ini.¹

¹ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia* (Jakarta: Refika Aditama, 2004), 1.

Transaksi elektronik atau e-commerce di pasar online merupakan platform yang berperan langsung sebagai perantara segala transaksi antara penjual dan pembeli. Dalam sistem pasar online, konsumen akan terjamin keamanan transaksinya saat melakukan pembayaran. Konsumen memang bisa mengandalkan kepercayaan terhadap penjual, namun tidak jarang ada di antara mereka yang menjadi korban penipuan oleh penjual yang tidak bertanggung jawab.² Oleh karena itu, mereka terkadang ragu untuk melakukan transaksi online melalui platform tersebut. Hal inilah yang menjadi awal mula munculnya marketplace yang ingin meyakinkan konsumen untuk berbelanja online demi alasan keamanan. Berbagai pasar memberi penjual dan pembeli keamanan sistem perdagangan online.³

Perkembangan transaksi tidak hanya berdampak positif bagi kehidupan manusia, namun juga membawa beberapa masalah seperti penipuan, kecurangan, dan ketidakpastian hukum. Dalam Islam, transaksi ekonomi diatur oleh prinsip-prinsip muamalah yang berdasarkan al-Qur'an dan Hadits. Islam memandang jual beli bukan hanya sekedar transaksi ekonomi namun juga memiliki dimensi moral dan spiritual. Al-Qur'an sebagai sumber hukum Islam dengan jelas mengatur pokok-pokok kegiatan jual beli. Islam sangat mengedepankan prinsip

² Helmi Djardin et al., "*Perlindungan Hukum Terhadap Kurir Dalam Sistem Cash On Delivery*," *Tatohi Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 1 (2022): 34–46.

³ Desy Wijaya, *Markateplace Pedia* (Yogyakarta: Laksana, 2020), 19-20.

saling rela (ridha) dan juga menghindari riba dalam pelaksanaan kegiatan jual beli, sebagaimana firman Allah dalam QS al-Baqarah ayat 275.⁴

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَتَغَيَّرُ وَجْهُهُمْ إِلَّا كَمَا يَتَغَيَّرُ وَجْهُ الْمُسْكِينِ يَوْمَ يُدْعَىٰ لِلنَّاسِ إِلَىٰ الرِّبَا ۚ فَأَعْرَضُوا فَأُعْلِفُوا كَالْغَنَاقِ ۖ وَسَخَّرَ اللَّهُ لَهُمْ لَوْلَاهُ أَعْيُنُهُمْ ۖ وَاللَّهُ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ۚ
 يَوْمَ يُدْعَىٰ لِلنَّاسِ إِلَىٰ الرِّبَا ۚ فَأَعْرَضُوا فَأُعْلِفُوا كَالْغَنَاقِ ۖ وَسَخَّرَ اللَّهُ لَهُمْ لَوْلَاهُ أَعْيُنُهُمْ ۖ وَاللَّهُ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ۚ
 فَالَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَتَغَيَّرُ وَجْهُهُمْ إِلَّا كَمَا يَتَغَيَّرُ وَجْهُ الْمُسْكِينِ يَوْمَ يُدْعَىٰ لِلنَّاسِ إِلَىٰ الرِّبَا ۚ فَأَعْرَضُوا فَأُعْلِفُوا كَالْغَنَاقِ ۖ وَسَخَّرَ اللَّهُ لَهُمْ لَوْلَاهُ أَعْيُنُهُمْ ۖ وَاللَّهُ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ۚ

”Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya (2:275)”

Ayat di atas menjelaskan tentang kegiatan Kegiatan perdagangan yang dilakukan oleh manusia memiliki dampak positif bagi semua pihak. Dampak positif ini dapat terwujud melalui prinsip-prinsip

⁴ Al-Qur’an Kemenag Online. (2024). Qur’an dan Terjemahan.
<https://quran.kemenag.go.id/>

maqashid syariah. Untuk menjaga prinsip-prinsip tersebut dan mencapai kebaikan saat berdagang, perdagangan harus dilakukan sesuai dengan ketentuan dalam agama Islam, sebagaimana yang ditunjukkan oleh Rasulullah saw dalam setiap transaksi dagangnya.

Dari Abu Said Al Khudri Radiyallahu anhu, Rasulullah ﷺ bersabda,

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

“Pedagang yang jujur dan terpercaya akan dibangkitkan bersama para nabi, orang-orang shiddiq dan para syuhada” (HR at-Tirmidzi No. 1209, hadis hasan)

Hadits di atas menjelaskan bahwa Para pedagang atau pengusaha yang jujur dan dapat dipercaya akan dihidupkan bersama dengan para Nabi, individu yang dapat dipercaya, dan para syuhada. Apabila kita mengamati, pedagang yang jujur dan dapat dipercaya pastinya tidak akan melakukan penipuan terhadap para konsumennya, sehingga hal ini akan memberikan manfaat (masalah) bagi semua pihak.

Penggunaan teknologi internet memiliki dampak yang signifikan terhadap dunia perdagangan atau bisnis. Dengan adanya akses informasi mengenai produk dari berbagai tempat, mulai dari harga, spesifikasi, hingga proses pembelian, hal ini memberikan kemudahan bagi calon konsumen dalam menghemat waktu dan biaya. Mereka tidak perlu lagi mengunjungi toko fisik atau lokasi transaksi, sehingga dapat mengambil keputusan dengan cepat dari kenyamanan tempat tinggal mereka.

Pemanfaatan teknologi internet dalam aktivitas bisnis merupakan langkah inovatif untuk memasuki pasar digital.⁵

platform belanja online yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja langsung melalui aplikasi facebook. Hal ini tentu memberikan kemudahan bagi pengguna untuk berbelanja tanpa harus meninggalkan aplikasi facebook. Dengan adanya fitur ini, facebook semakin memperluas layanannya dan semakin memperkuat posisinya sebagai salah satu platform terbesar di dunia. Pembahasan menarik lainnya adalah pasar online, contohnya yang dimiliki oleh perusahaan terkenal seperti facebook. Perusahaan tersebut telah menambahkan fitur baru di platform facebook yang memungkinkan pengguna untuk berbisnis, yaitu marketplace. Kelebihan marketplace tersebut yaitu pihak perusahaan facebook tidak memungut biaya apapun untuk pelaku bisnis tersebut, pihak facebook hanya memfasilitasi masyarakat untuk berbisnis online.

Penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce pada Stokist H-3440 PT Natural Nusantara merupakan isu yang semakin relevan di era digitalisasi ekonomi saat ini. Dalam konteks ini, prinsip-prinsip seperti keadilan, transparansi, dan larangan riba menjadi perhatian utama dalam memastikan

⁵ Ikhtiar Rizki, Raden Arum Setia P. Yetti Yuniati, "Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus Pada Toko Ali Computer)", *Jurnal Rekayasa Dan Teknologi Elektr*, vol 8, no.1, 2014, 37.

transaksi yang sesuai dengan syariah. Isu ini sejalan dengan semakin banyak konsumen yang tidak hanya mencari transaksi secara efisien namun juga etis dan sesuai keyakinan mereka. Selain itu, dengan meningkatnya penggunaan platform digital seperti platform Facebook Marketplace, keperluan untuk menerapkan hukum Islam menjadi penting dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas pengguna. Menurut Afdhal, penerapan prinsip syariah dalam transaksi jual beli sosial commerce mampu meningkatkan kualitas transaksi anggotanya dari segi kehalalan dan keadilan.⁶ Dengan demikian, ada korelasi langsung antara pemenuhan prinsip hukum Islam dan kepercayaan konsumen yang semakin meningkat dalam mekanisme transaksi jual beli sosial commerce.

Saat ini, transaksi jual beli melalui media internet (e-commerce) banyak dilakukan oleh pelaku bisnis di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Salah satu pelaku bisnis yang melakukan transaksi jual beli melalui media internet (ecommerce) yaitu StokisH-3440 PT. Natural Nusantara (NASA). Perusahaan tersebut melakukan transaksi jual beli melalui marketplace facebook. Pentingnya menjalankan transaksi jual beli sesuai dengan prinsip syariah tidak hanya terletak pada produk yang diperdagangkan, tetapi juga pada akad, metode

⁶ Afdhal, Afdhal, et al. *Sistem Ekonomi Islam*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024.

pembayaran, dan aspek lainnya. Evaluasi syariah perlu dilakukan terhadap transaksi jual beli melalui platform online (e-commerce) untuk memastikan kehalalan proses akad, pembayaran, dan hubungan hukum antara pihak yang terlibat telah sesuai dengan prinsip syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce yang dilaksanakan oleh Stokist H-3440 PT Natural Nusantara melalui platform Facebook Marketplace, sembari mengevaluasi kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip syariah yang dipegang teguh oleh perusahaan. Pentingnya penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam mengisi kesenjangan literatur, kesenjangan literatur yang dimaksud disini merujuk pada kurangnya atau terbatasnya kajian ilmiah yang membahas tentang penerapan hukum Islam dalam transaksi jual beli yang terjadi di ekosistem perdagangan digital, khususnya yang berlangsung di platform media sosial seperti Facebook Marketplace, meskipun ada banyak penelitian mengenai hukum Islam dalam konteks transaksi perdagangan tradisional, belum banyak yang mengkaji bagaimana prinsip-prinsip syariah diterapkan dalam lingkungan digital dan sosial commerce yang berkembang pesat. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan tersebut dengan memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana hukum Islam diterapkan dalam praktik transaksi jual beli

yang dilakukan oleh Stokist H-3440 PT Natural Nusantara di platform Facebook Marketplace.

Mengenai penerapan hukum Islam di ekosistem perdagangan digital yang semakin dominan, khususnya yang beroperasi di platform jaringan sosial yang popularitasnya melonjak pesat. Sebagai bagian dari usaha untuk mempertahankan integritas dan etika pasar, penelitian ini memainkan peran krusial dalam menyediakan landasan teoritis dan praktis yang dibutuhkan untuk membantu perusahaan mencapai kepatuhan syariah dalam setiap aspek transaksinya. Urgensitas penelitian ini semakin nyata ketika mempertimbangkan tantangan yang dihadapi oleh Stokist PT Natural Nusantara, terutama berkaitan dengan risiko penipuan dan penyimpangan dari prinsip syariah yang mungkin terjadi dalam transaksi di Marketplace Facebook.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis mengambil judul penelitian **“Penerapan Prinsip Hukum Islam dalam Transaksi Jual Beli Sosial Commerce Stokist H-3440 PT Natural Nusantara: Studi Kasus Marketplace Facebook”**. Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang signifikan terhadap pemahaman serta praktek komersial yang berbasis syariah dalam ranah digital, menjadikannya tidak hanya sebagai diskursus teoritis, tetapi aplikasi nyata yang berdampak dalam industri.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce Stokist H-3440 PT Natural Nusantara?
2. Apakah transaksi di Marketplace Facebook sesuai dengan hukum Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian

1. Tujuan:
 - a. Menjelaskan penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce Stokist H-3440 PT Natural Nusantara. Dengan analisis ini, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang praktik transaksi jual beli sosial commerce perusahaan sesuai dengan ajaran hukum Islam.
 - b. Menganalisis transaksi yang dilakukan melalui platform Facebook Marketplace untuk menentukan apakah sesuai dengan hukum Islam. Mengetahui apakah transaksi yang dilakukan melalui platform Facebook Marketplace memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan dalam hukum Islam.

D. Manfaat Hasil Penelitian

- a. Manfaat Teoritis :
 1. memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang bagaimana prinsip hukum Islam dapat diterapkan

dalam transaksi jual beli sosial commerce, khususnya di platform Facebook Marketplace. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi penting bagi studi-studi selanjutnya yang ingin menggali lebih dalam tentang hubungan antara hukum Islam dan transaksi jual beli sosial commerce dalam konteks bisnis modern.

2. Memberikan wawasan yang berharga bagi Stokis H-3440 PT Natural Nusantara dalam meningkatkan kepatuhan terhadap prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce mereka di marketplace Facebook. Dengan mengidentifikasi langkah-langkah strategis yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan kualitas transaksi jual beli sosial commerce mereka sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dapat memperkuat reputasi perusahaan dan kepercayaan konsumen. Selain itu, dengan mengevaluasi faktor-faktor penghambat, penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi yang tepat untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan meningkatkan efektivitas penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce perusahaan.

E. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan beberapa referensi yang penulis amati, terdapat beberapa penelitian yang sama namun dengan objek yang berbeda. Berdasarkan beberapa

referensi yang penulis amati, penulis menyimpulkan bahwa masalah pokok penelitian ini tampaknya sangat penting untuk diteliti. Adapun tinjauan pustaka yang hampir sama dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, Jurnal yang ditulis oleh Ashabul Fadhli yang berjudul "Tinjauan Hukum Islam terhadap Penerapan Akad as-salam dalam Transaksi e-commerce." *Mazahib* (2016):1-19. Penelitian ini menjelaskan bahwa transaksi e-commerce akan dianggap sah apabila telah memenuhi ketentuan secara umum, akad dan as-salam secara khusus menjadi fokus utama dalam transaksi. Jika terdapat kekurangan atau ketidakjelasan dalam pelaksanaan transaksi, misalnya objek akad yang tidak diketahui bentuk, ukuran, atau bobotnya, transaksi tersebut dianggap tidak sah. Begitu pula jika syarat subyek seperti penjual, pembeli, payment gateway, acquirer, issuer, atau wakil tidak terpenuhi, transaksi e-commerce tersebut tidak dapat diakui. Pertanyaan mengenai keabsahan transaksi jual beli melalui e-commerce perlu dipertimbangkan dengan pendekatan akad syar'i.⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Ashabul Fadhli dengan penelitian yang dilakukan ini yaitu sama-sama membahas penerapan hukum islam dalam transaksi jual beli sosial commerce, yang membedakan yaitu penelitian Ashabul Fadhli lebih spesifik menjelaskan bagaimana

⁷ Ashabul Fadhli. "Tinjauan Hukum Islam terhadap Penerapan Akad as-salam dalam Transaksi e-commerce." *Mazahib*, vol. XV, No. 1, 2016, 1-19.

bertransaksi e-commerce dengan menerapkan akad as-salam, sedangkan penelitian ini menjelaskan bagaimana perusahaan bertansaksi digital di sebuah platform apakah sudah menerapkan syarat-syarat dalam bertransaksi sesuai dengan kaidah hukum islam.

Kedua, Jurnal yang di tulis oleh Wahibatul Maghfuroh "Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam". Jurnal ini menjelaskan bahwa. Transaksi jual beli secara online dianggap sebagai muamalah, yang diperbolehkan menurut hukum Islam. Jual beli online tidak bertentangan dengan ajaran agama dan dianggap sebagai bentuk kebaikan dan saling menguntungkan. Dalam literatur fikih, para ulama setuju bahwa transaksi melalui surat atau perantara adalah sah. Contoh-contoh kasus seperti jual beli online melalui platform seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, Shopee, dan lainnya, yang terpenting adalah saling setuju antara kedua belah pihak atau yang dikenal sebagai 'antaradin, saling transparansi, dan kejujuran dalam melakukan transaksi'⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Wahibatul Maghfuroh dan penelitian ini sama-sama menjelaskan bahwa transaksi jual beli online itu hukumnya boleh (mubah) asalkan sesuai dengan ketentuan-ketentuan hukum islam, yang membedakan penelitian ini lebih menjelaskan bagaimana menerapkan prinsip hukum dalam bertransaksi online, strategi apa yang bisa

⁸ Wahibatul Maghfuroh "Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam." *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah (JAS)*, vol. 2, No.1, 2020, 33-40

dikembangkan dalam bertransaksi online, apakah ada hambatan dalam bertransaksi online, dan juga implementasi yang didapatkan dalam bertransaksi online. Sedangkan penelitian Wahibatu Maghfiroh hanya menjelaskan apakah transaksi online itu diperbolehkan dalam hukum islam.

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Rifaldi “Transaksi E-Commerce pada Facebook Marketplace dalam Perspektif Hukum Islam”. Penelitian ini membahas pandangan hukum Islam terhadap jual beli online di Facebook Marketplace. Ditekankan pentingnya memastikan transaksi bebas dari unsur riba, gharar, dan penipuan, serta memenuhi rukun dan syarat jual beli dalam Islam, dan memberikan Dapat disimpulkan bahwa proses transaksi E-Commerce di Facebook Marketplace mirip dengan transaksi konvensional. Perbedaannya terletak pada proses perjanjian dan platform utama yang digunakan dalam melakukan transaksi dan penggunaan sistem transaksi E-Commerce di platform Facebook Marketplace dapat dijalankan dengan memperhatikan prinsip-prinsip Ekonomi Islam, asalkan tetap mematuhi aturan dan ketentuan yang berlaku dalam transaksi jual beli sesuai dengan ajaran Ekonomi Islam.⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Rifaldi dan penelitian ini sama-sama menjelaskan bertransaksi di

⁹ Rifaldi, “Transaksi e-Commerce pada Facebook Marketplace dalam Perspektif Ekonomi Islam” *Skripsi* Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, (Makassar, 2019). Tidak dipublikasikan.

marketplace facebook yang sesuai dengan prespektif hukum islam. Yang membedakan penelitian ini menjelaskan lebih spesifik pada transaksi jual beli sosial commerce Stokis H-3440 PT Natural Nusantara yang menjual barang di marketplace Facebook, sedangkan Rifaldi hanya menjelaskan ruang lingkup marketplace facebook.

Keempat, Jurnal yang ditulis oleh Rizki Aulia Hakim¹, Hendra Riofita yang berjudul “Pemanfaatan Marketplace Facebook sebagai media pemasaran Online”. Penelitian ini membahas tentang dengan semakin majunya perkembangan teknologi pelaku usaha dituntut untuk mengikuti zamannya, Kemajuan teknologi diterapkan untuk kebaikan yang lebih besar. Banyaknya platform media sosial yang tersedia untuk pemasaran internet dan bisnis menunjukkan profitabilitas. Mengingat media sosial adalah platform terbuka, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi yang menguntungkan. Salah satu platform media sosial yang dimanfaatkan untuk pemasaran Facebook adalah Facebook yang digunakan untuk tujuan bisnis. Berdasarkan hasil penerapan FB Marketplace, para pelaku UMKM merasa lebih mudah. Memanfaatkan smartphone yang dimiliki untuk memasarkan produk dan melakukan penjualan secara bersamaan, dimana saja, kapan saja, akan semakin meningkat jumlah penjualan. Hal serupa perlu dilakukan untuk platform media sosial lain seperti Instagram dan Instagram marketplace lain

seperti Shopee, Tokopedia, dan sejenisnya dalam upaya mendongkrak pemasaran dan penjualan online.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Aulia Hakim¹, Hendra Riofitadan penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama memanfaatkan platform Facebook untuk media berjualan. Perbedaannnya penelitian ini membahas apakah yang berjualan di Facebook itu sudah sesuai dengan prinsip hukum islam, dan apa saja yang harus ditingkatkan untuk menunjang keberhasilan dalam berjualan di platform tersebut, sedangkan penelitian Rizki Aulia Hakim¹, Hendra Riofitadan menjelaskan bagaimana dizaman yang modern ini kita bisa memanfaatkan fasilitas-fasilitas teknologi yang semakin canggih untuk media berjualan.

Kelima, Jurnal yang dilakukan oleh Rio Jaya Permata, Ulil Albab, Mawardi yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Marketplace Facebook” penelitian ini menyimpulkan bahwa proses transaksi pada marketplace facebook Penjual mengiklankan gambar produk/barang pada Marketplace facebook sehingga dapat dilihat oleh pembeli yang mencari barang yang diinginkan, penawaran atas barang yang diiklankan dapat diketahui melalui pesan pribadi kemudian penjual dan pembeli akan melakukan negosiasi sehingga terjadi transaksi untuk menghasilkan

¹⁰ Hakim, Rizki Aulia, and Hendra Riofita. "Pemanfaatan marketplace Facebook Sebagai Media Pemasaran Online". *Jurnal Strategi Bisnis dan Keuangan*, vol.5, No.4, 2024.

kesepakatan dan diakhiri proses pengiriman barang. Berdasarkan hasil penelitian mengenai transaksi yang dilakukan penjual di marketplace facebook dalam perspektif etika bisnis Islam khususnya penjual di Kalianda dapat disimpulkan bahwa secara umumnya penjual telah mengikuti prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kesatuan, keadilan, pertanggungjawaban, kebebasan, kebenaran, dan ihsan. Meskipun demikian, terdapat beberapa tindakan yang dilakukan oleh penjual seperti kurangnya kejelasan informasi sehingga penerapan etika bisnis Islam belum optimal.¹¹

Penelitian yang dilakukan oleh Rio Jaya Permata, Ulil Albab, Mawardi dan penelitian ini memiliki persamaan yang sama-sama membahas bagaimana kita memanfaatkan marketplace facebook sebagai media bertransaksi jual beli, yang membedakan yaitu penelitian ini membahas kepenggunaan hukumnya sedangkan dipenelitian Rio membahas etika yang harus dilakukan di marketplace facebook.

Keenam, Skripsi yang dilakukan oleh Muhammad Nahdila yang berjudul “Analisis Implementasi Fatwa DSN-MUI Tentang Onlineshop” Penelitian ini membahas masalah tentang mekanisme penyelesaian apabila terjadi wanprestasi pada transaksi online berdasarkan fatwa DSN-MUI dan mekanisme

¹¹ Permata, Rio Jaya, and Ulil Albab. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Marketplace". *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 7, No. 1, 2024, 17-27.

proses penyelesaian apabila terjadi wanprestasi pada proses pembayaran menggunakan uang elektronik berdasarkan fatwa DSN-MUI. Dalam penelitian tersebut memberi kesimpulan bahwa pembelian produk HNI yang sesuai dengan fatwa DSN-MUI dilakukan melalui akad salam, dimana pembeli melakukan pembayaran di awal dan penerimaan barang akan dilakukan di waktu yang akan datang sesuai kesepakatan. HNI mengedarkan produknya dengan mematuhi fatwa DSN-MUI yang melarang praktek *tadlis* dan *ghissy*. Mereka menjelaskan produk dengan jujur tanpa menyembunyikan kelemahan atau menipu pembeli dengan hanya menonjolkan kelebihan.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nahdila dan penelitian ini memiliki kesamaan yaitu sama-sama menjelaskan hukum bertransaksi secara digital berdasarkan fatwa DSN-MUI. Yang membedakan penelitian ini meneliti bagaimana proses bertransaksi jual beli sosial commerce di marketplace facebook.

Ketujuh, Jurnal yang dilakukan oleh Muhammad Taufik yang berjudul “Pengaturan Perlindungan Data Pribadi dalam E-Commerce menurut Perspektif Maqashid Syariah: Studi Kasus Marketplace Facebook” Penelitian ini menganalisis perlindungan data pribadi dalam e-commerce berdasarkan maqashid syariah, dengan studi kasus pada Facebook Marketplace. Ditekankan

¹² Muhammad Nahdila. “Analisis Implementasi Fatwa DSN-MUI Tentang OnlineShop”. *Skripsi*, UNUSIA (Jakarta Pusat, 2023), tidak dipublikasikan.

pentingnya transparansi informasi, kontrol pengguna terhadap data pribadi, keamanan data, dan tanggung jawab sosial platform sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme transaksi dalam marketplace Facebook dan kesesuaiannya dengan etika bisnis Islam. Ditekankan pentingnya kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam setiap transaksi untuk memastikan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah.¹³

Tinjauan pustaka di atas memberikan gambaran mengenai penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce, khususnya terkait dengan PT. Natural Nusantara dan penggunaan Facebook Marketplace. Penelitian-penelitian tersebut menyoroti pentingnya memastikan setiap aspek transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan perlindungan terhadap pihak-pihak yang terlibat.

F. Landasan Teori

Kerangka teori dapat berbentuk argumen logis yang menggambarkan teori yang digunakan dan bagaimana teori tersebut dapat digunakan untuk menjawab berbagai pertanyaan mungkin dimiliki oleh seorang peneliti. Kerangka berpikir ini berperan sebagai

¹³ Muhammad Taufik. "Pengaturan Perlindungan Data Pribadi Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Maqashid Syariah (Studi Kasus Marketplace Facebook)". *Jurnal Studi Hukum Modern*, vol. 6, No.4, 2024.

penghubung untuk merumuskan hipotesis. Dalam struktur berpikir ini, peneliti mengidentifikasi permasalahan penelitian dalam kerangka teori yang relevan, serta mampu mengeksplorasi, menerapkan, dan menjelaskan pemahaman yang diperoleh dari penelitian tersebut.

Adapun beberapa cara berpikir yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya:

- a. Transaksi jual beli sosial commerce dalam perspektif hukum islam
 1. Pengertian Transaksi jual beli sosial commerce
 2. Dasar-dasar Transaksi dalam Islam
 3. Prinsip-prinsip dalam Transaksi
 - a) Kejujuran (Ash-Shidq): Transparansi informasi produk.
 - b) Keadilan ('Adl): Kesetaraan hak antara penjual dan pembeli.
 - c) Kerelaan (Taraḍin): Persetujuan antara kedua belah pihak.
 - d) Jauh dari Unsur Gharar, Riba, dan Maisir:
 - e) Gharar: Ketidakpastian atau ketidakjelasan dalam transaksi.
 - f) Riba: Keuntungan tambahan yang diharamkan.
 - g) Maisir: Unsur spekulasi atau perjudian.
- b. Fatwa-Fatwa dalam transaksi jual beli sosial commerce
 1. Pengertian Akad Salam
 2. Dasar Hukum

3. Rukun dan Syarat-Syarat
- c. Transaksi jual beli sosial commerce dan Marketplace facebook
 1. Sosial commerce
 2. Marketplace facebook
 3. Fungsi facebook sebagai alat pemasaran
 4. Peluang marketplace facebook

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian adalah semua kegiatan pencarian, penyelidikan dan percobaan secara alamiah dalam suatu bidang tertentu, untuk mendapatkan fakta-fakta atau prinsip-prinsip baru yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian baru dan menaikkan tingkat ilmu serta teknologi.¹⁴

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, yakni metode penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi keadaan suatu fenomena alamiah. Objek alamiah merujuk pada objek yang diamati dalam keadaan apa adanya saat penelitian dilakukan. Peneliti memilih metode ini karena cocok untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk

¹⁴ Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), 1.

mengidentifikasi dan memahami pemahaman serta persepsi yang dimiliki oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli sosial commerce di Stokis H-3440 PT. Natural Nusantara (NASA) dan Marketplace Facebook, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kesesuaian transaksi tersebut dengan prinsip-prinsip hukum Islam.

Dalam penelitian ini, fenomena tersebut perlu dijelajahi secara langsung melalui keterlibatan peneliti dalam situasi . Tidak cukup hanya meminta bantuan orang lain atau mendengar cerita dari kejauhan. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif juga adalah untuk mendapatkan informasi tentang kondisi saat ini dan melihat hubungan antara variabel yang diteliti. Penelitian kualitatif deskriptif tidak memerlukan pembentukan hipotesis, tetapi hanya bertujuan untuk menggambarkan informasi mengenai variabel-variabel yang sedang diselidiki. Penulisan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan apa yang berlaku saat ini dengan mencoba menggambarkan, menafsirkan, apa yang sedang terjadi atau yang ada.¹⁵

pendekatan deskriptif digunakan untuk menjelaskan secara detail bagaimana prinsip-prinsip hukum Islam diterapkan dalam transaksi jual beli sosial commerce. Pendekatan ini berfungsi untuk

¹⁵ Mardalis, *Metode Suatu Penelitian Suatu Pendekatan Peoposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002)

menggali informasi mengenai aspek-aspek spesifik dari penerapan hukum Islam dan bagaimana prinsip-prinsip tersebut diimplementasikan dalam konteks transaksi di Stokis NASA dan di Marketplace Facebook. Sebagai bagian dari tujuan penelitian, skripsi ini berupaya menyusun rekomendasi konkret untuk meningkatkan penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce, baik di STOKIS NASA H-3440 maupun di Marketplace Facebook. Rekomendasi ini diformulasikan berdasarkan temuan penelitian yang diharapkan dapat memberikan petunjuk praktis bagi perusahaan dan platform terkait untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai penerapan prinsip-prinsip hukum Islam dalam praktik sehari-hari. Dengan memberikan panduan dan langkah-langkah konkret, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kepatuhan terhadap nilai-nilai hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce.

Dalam mengimplementasikan jenis penelitian ini pada objek kajian yang dimaksudkan, yaitu penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce di Stokis H-3440 PT. Natural Nusantara: Studi Kasus Marketplace Facebook, peneliti akan melakukan eksplorasi mengenai mekanisme dan prosedur yang digunakan dalam transaksi jual beli sosial commerce tersebut. Penulis akan mempertimbangkan aspek-aspek utama dari

prinsip-prinsip hukum Islam seperti riba, gharar, dan maysir, serta mengobservasi sejauh mana aspek-aspek ini dikelola dan dikontrol dalam lingkungan digital yang ditelaah. Hasil akhir dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang komprehensif dan mendalam mengenai penerapan prinsip-prinsip hukum Islam dalam ranah transaksi jual beli sosial commerce, dan sekaligus menjadi dasar untuk pengembangan kebijakan yang relevan dalam rangka meningkatkan kesesuaian transaksi jual beli sosial commerce dengan nilai-nilai hukum Islam.

2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data menurut Arikanto adalah subyek darimana data dapat diperoleh. Menurut Sutopo sumber data adalah tempat data diperoleh dengan metode tertentu baik berupa manusia, ataupun dokumen dokumen.¹⁶ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer diperoleh adalah data yang diperoleh secara langsung dari medan penelitian dan masih membutuhkan analisis lebih lanjut.¹⁷ Peneliti mengumpulkan data primer langsung dari

¹⁶ Suharjono, S. E., et al. *Panduan Penulisan Skripsi dan Tugas Akhir: Politeknik Tunas Pemuda Tangerang*. (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 43.

¹⁷ Joko P. Subagyo, *Metode Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 11

objek penelitian melalui observasi, wawancara, dan laporan yang dilakukan secara tidak resmi sebagai sumber informasi yang dicari yang kemudian diolah oleh peneliti. Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian yaitu narasumber sekaligus pelaku jual beli online di Stokis Nasa H-3440 dengan menggunakan system marketplace facebook.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini.¹⁸ Data sekunder dari penelitian ini adalah data yang didapatkan dari Stockist H-3440 yang berupa data penjualan produk.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan maka penulis menggunakan metode pengumpulan data antara lain sebagai berikut :

a. Observasi

Terkait dengan teknik observasi, observasi bisa dihubungkan dengan upaya merumuskan masalah, membandingkan masalah

¹⁸ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hal 79.

(yang dirumuskan dengan kenyataan yang di lapangan), pemahaman secara detail permasalahan (guna menemukan detail pertanyaan), ataupun untuk menemukan strategi pengambilan data dan bentuk perolehan pemahaman yang dianggap paling tepat. Untuk keperluan observasi tersebut peneliti melakukan berbagai kegiatan. Kegiatan itu antara lain dalam bentuk:

- 1) Membuat daftar pertanyaan sesuai dengan gambaran informasi yang ingin diperoleh.
- 2) Menentukan sasaran observasi dan kemungkinan waktu yang diperlukan untuk melakukan observasi pada sasaran tersebut secara lentur.

Dalam kegiatan observasi seyogyanya peneliti memperhatikan prinsip sebagai berikut:

- 1) Peneliti hanya mencatat apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan dan tidak memasukan sikap dan pendapat pada catatan observasi yang dituliskannya, dengan kata lain catatan observasi hanya berisi deskripsi fakta tanpa opini.
- 2) Tidak mencatat sesuatu yang hanya merupakan perkiraan karena memang

belum dilihat, di dengar atau di rasakan secara langsung.

- 3) Diusahakan agar catatan observasi menampilkan deskripsi fakta secara holistik, sehingga konteks fakta yang dicatat terpahami.
- 4) Ketika melakukan observasi jangan melupakan target karena bisa sewaktu melakukan observasi peneliti menemukan fakta lain yang menarik, tetapi tidak menjadi bagian penelitiannya.

b. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dalam upaya menghimpun data yang akurat untuk keperluan yang melaksanakan proses pemecahan permasalahan tertentu dengan tanya jawab secara langsung yang bebas dan terbuka. Wawancara merupakan penelitian yang berlangsung secara lisan antara dua orang atau lebih dalam bentuk tatap muka, mendengarkan secara langsung mengenai informasi atau keterangan dari yang diteliti.¹⁹ Wawancara ini dilakukan guna menggali informasi terkait bagaimana Penerapan prinsip transaksi jual beli sosial commerce di Stokis H-3440 PT. Natural Nusantara: Marketplace Facebook.

¹⁹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2013), hlm 160

Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam penggunaan teknik wawancara adalah sebagai berikut :

- a) Menentukan tema wawancara dan atisipasi kemungkinan informasi yang ingin atau dapat diperoleh.
- b) Menuliskan butir-butir pertanyaan yang akan dicari jawabannya, mungkin secara detail atau secara garis besar sesuai dengan bentuk wawancara yang akan dilakukannya.
- c) Memahami dengan benar partisipan dalam kegiatan wawancara, sehingga dapat dijadikan pemandu dalam membuat penafsiran maupun kesimpulan berkenaan dengan informasi yang diberikan.
- d) Tidak mengarahkan pertanyaan pada pemberian jawaban setuju atau tidak setuju secara sugestif.
- e) Jangan membiarkan partisipan memberikan jawaban secara panjang lebar yang melampaui batas informasi maupun topik permasalahan yang seharusnya dibicarakan.
- f) Melaksanakan wawancara dengan memanfaatkan bahan rekaman, menciptakan suasana dialogis yang segar, menjauhkan suasana pembicaraan dai

suasana emosional, sehingga mempengaruhi karakteristik informasi yang seharusnya disampaikan.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan dokumentasi dalam bentuk catatan hasil observasi dan wawancara, foto-foto, dan sebagainya.²⁰ Pengumpulan data diambil dari dokumentasi-dokumentasi yang penulis dapatkan selama observasi. Mendapatkan data yang diperlukan, mengumpulkan dan mempelajari dipandang mewakili (representatif), relevan dan berhubungan dengan objek penelitian.

4. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan aktifitas yang dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung, mulai dari mengumpulkan data sampai pada tahap penulisan laporan. Dalam penelitian kualitatif, mengumpulkan data dan analisis data bukanlah hal terpisah seperti yang lazim dilakukan dalam penelitian kuantitatif. Hal ini berarti pengumpulan data dan analisis data dilakukan bersamaan.

a. Reduksi Data

²⁰ Achmad Muslim. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Pada Hotel Muslim Kota Kediri", *Skripsi* (Tulungagung : IAIN, 2018), 34-41, tidak dipublikasikan.

Reduksi data yaitu proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan dan perubahan data kasar dari catatan tertulis di lapangan²¹. Masalah etika transaksi jual beli melalui *marketplace online Facebook* melalui observasi dan wawancara kemudian analisis data dengan memilah, mengarahkan, dan membuang data yang tidak diperlukan dalam menyusun data tersebut.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan informasi yang perlu disusun, sehingga memberikan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan data. Penyajian data dilaksanakan dalam penelitian kualitatif yaitu berupa teks yang menceritakan temuan dalam penelitian.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan terkini. Dapat berupa deskripsi maupun gambaran suatu obyek sebelumnya, dapat berupa hubungan interaktif atau kausal, teori atau hipotesis²². Kesimpulan ini dapat dibuat dengan data yang menganalisis mengenai jual beli melalui *marketplace online Facebook*

²¹ Fadhli, Ashabul, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Penerapan Akad as Salam dalam Transaksi-Commerc*. Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam. Vol XV. No 1

²² Hanbal, Imam Ahmad ibn. 1993. *Al-Musnad al-Iman Ahmad ibn Hanbal*, jilid 4. Beirut: Dar al-kutub al- Kutub al-Ilmiyah

H. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi pembahasan dari skripsi ini, penulis akan menguraikan sistematika penulisan, adapun sistematika pembahasan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, Rumusan masalah, Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metodologi Penelitian dan Sistematika Penulisan.

Bab II Landasan Teori. Pada bab ini terdiri dari teori-teori penelitian diantaranya yaitu teori Transaksi jual beli sosial commerce dalam perspektif Hukum Islam, Fatwa-fatwa MUI, Transaksi E-commerce dan Marketplace Facebook

Bab III Gambaran Umum terhadap objek penelitian terdiri dari Profil sejarah PT. NASA, Visi dan Misi, Sistem operasional, mekanisme, alur transaksi yang diterapkan di Stokis H-3440 pada Marketplace Facebook.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini adalah hasil penelitian, yang dibahas dari bab ini meliputi penjelasan secara rinci dari hasil temuan lapangan untuk kemudian diidentifikasi kesesuaian penerapan prinsip hukum islam Stokis H-3440 PT. Natural Nusantara pada Marketplace Facebook, yaitu analisis yang terkait transaksi jual beli sosial commerce perspektif hukum islam.

Bab V Penutup. Bab ini merupakan bab akhir dari penulisan skripsi, oleh karena itu di dalam bab ini

akan dituliskan kesimpulan dari hasil penelitian yang penulis dapatkan serta beberapa saran yang dianggap penting dan perlu.

BAB II

PRINSIP TRANSAKSI JUAL BELI SOSIAL COMMERCE DALAM HUKUM ISLAM DAN MARKETPLACE FACEBOOK

A. Transaksi jual beli sosial commerce dalam Perspektif Hukum Islam

1. Pengertian Transaksi jual beli sosial commerce

Transaksi jual beli sosial commerce adalah kegiatan jual beli atau pertukaran barang dan jasa yang dilakukan secara elektronik, baik melalui perangkat mobile, komputer, ataupun tablet. Dalam transaksi jual beli sosial commerce, pembayaran dilakukan secara online atau menggunakan teknologi elektronik lainnya yang memungkinkan pengguna menyelesaikan proses transaksi dengan cepat dan mudah. Beberapa contoh dari transaksi jual beli sosial commerce adalah platform yang berfungsi sebagai perantara atau fasilitas pembayaran, seperti e-wallet, mobile banking, payment gateway, hingga QR code.²³

Dalam hal ini, pengembangan sains dan teknologi memiliki dampak yang lebih atau kurang pada sistem pembayaran (transaksi), terutama dalam mempertahankan kesinambungan dan dalam

²³ <https://amartha.com/blog/amarthalink/transaksi-digital-adalah/> di unduh pada tanggal 2 februari 2025

hubungan bisnis yang seimbang dengan para pihak. Salah satu kolom stabilitas sistem keuangan, sistem transaksi yang awalnya hanya menggunakan uang tunai dan sekarang disebut sistem transaksi jual beli sosial commerce, atau biasanya disebut sebagai uang elektronik (e-money). Kemajuan teknologi telah mengubah sistem transaksi untuk mengubah peran tunai (mata uang) sebagai alat pembayaran dalam bentuk pembayaran yang efisien dan ekonomi atau dalam bentuk transaksi jual beli sosial commerce. Pembayaran melalui transaksi jual beli sosial commerce biasanya dilakukan dengan tidak menggunakan uang sebagai alat pembayaran, tetapi dengan mentransfer uang antar atau uang internal melalui bank-bank itu sendiri.²⁴

Transaksi jual beli sosial commerce memiliki banyak nama, salah satunya disebut e-commerce. E-Commerce Menurut Laudon dan Travers mengidentifikasi transaksi komersial yang dilakukan oleh Internet dan Web dan melakukan dua kondisi, yaitu semua transaksi yang dilakukan dengan media digital, khususnya terutama tentang transaksi yang terjadi melalui Internet dan Web, serta transfer uang saat transaksi Terjadi, menurut Kozinets yang mengidentifikasi e-commerce sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau pertukaran

²⁴ Bambang Pramono, Tri Yanuarti, dkk, *Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter*, Bank Indensia, 2006, h 1

produk, kimia barang, layanan dan informasi melalui jaringan komputer atau sumber internet. Beberapa karakteristik e-commerce yang telah disebutkan mungkin E-Commerce pada dasarnya adalah transaksi produk (barang atau jasa) melalui media internet. Penggunaan internet berarti bahwa transaksi e-commerce terjadi di mana saja dan kapan saja (selama koneksi internet tidak terganggu) tanpa mengetahui tenggat waktu dan ruang, jadi, kekuatan e-commerce tampaknya dapat menghilangkan semua jenis hambatan di dunia perdagangan atau pembayaran digital. Se jauh ini, ada banyak transaksi jual beli sosial commerce yang telah dikembangkan di Indonesia, sistem ini juga berbeda dan keuntungan yang menjanjikan juga berbeda.

Dalam Islam, transaksi jual beli sosial commerce harus memenuhi prinsip-prinsip hukum Islam, termasuk keadilan, kejujuran, dan keterbukaan. Islam mengajarkan bahwa setiap transaksi harus dilakukan berdasarkan ridha antara kedua belah pihak serta tidak mengandung unsur penipuan, ketidakjelasan (gharar), riba, dan maisir (perjudian). Sebagaimana firman Allah SWT:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى
 الْكُفَّارِ لِيَأْكُلُوا فَرْيَ قَا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْ تُمْ
 تَعْلَمُونَ

"Dan janganlah kamu memakan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan janganlah kamu

membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian dari harta benda orang lain dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui." (QS. Al-Baqarah: 188).²⁵

Dalam perspektif hukum Islam, transaksi jual beli sosial commerce memiliki kesamaan dengan pembelian dan penjualan umum yang ditentukan dalam muamalah Fiqh, dengan beberapa tambahan aspek terkait media dan mekanisme transaksi. Para ulama sepakat bahwa transaksi jual beli sosial commerce diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, seperti adanya akad yang jelas, kehalalan objek transaksi, dan keterhindaran dari unsur-unsur yang diharamkan.²⁶

Selain itu, Transaksi jual beli sosial commerce memesan transaksi dalam model komersial era global yang tidak ada langsung, dengan hanya mentransfer data melalui dunia maya (data pertukaran) melalui Internet antara kedua belah pihak, khususnya, penjual dan pembeli. Aktivitas online juga dikenal sebagai e-Commerce atau elektronik. Perusahaan elektronik atau e-commerce adalah semua bentuk transaksi komersial, terkait dengan organisasi dan transmisi

²⁵ <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/188>

²⁶ Wahbah Al-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, Jilid 5, Dar al-Fikr, 2006.

data umum dalam bentuk teks, audio, dan gambar.

²⁷

Teknologi yang digunakan dalam transaksi jual beli sosial commerce harus mendukung prinsip-prinsip keadilan dan transparansi dalam Islam. Oleh karena itu, penjual harus dapat memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang produk yang dijual, termasuk spesifikasi, harga, dan metode pembayaran. Demikian pula, pembeli harus memastikan bahwa transaksi tidak mengandung penipuan atau mengoperasikan bagian lain.

2. Syarat dan Rukun Jual Beli

a. Rukun Jual Beli

Berhubungan dengan masalah rukun jual beli, ada beberapa perbedaan pandangan di antara para ulama²⁸. Ulama²⁸ hanafiyah berpandangan bahwa yang menjadi rukun jual beli adalah ijab dan qabul.²⁸ Sementara itu, jumhur Ulama²⁸ menetapkan bahwa rukun jual beli terdiri atas empat hal, yaitu penjual (Ba²⁸i), pembeli (Mustari), sighat (Ijab dan qabul), dan objek yang diperjualbelikan (Ma²⁸qud „alaihi).²⁹ Namun dengan demikian, penulis akan menjelaskan rukun jual beli tersebut yang terdiri atas empat hal yaitu:

²⁷ Retno Dyah Pekerti, “Transaksi jual beli online dalam perspektif syariah” *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, vol.20, No. 2, 2018.

²⁸ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 121.

²⁹ Rachmat Syafie²⁸i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2006), 75.

b. Pihak yang berakad („Aqid)

Wahbah Zuhaili menyebut pihak yang berakad dengan istilah al-„aqidani (dua orang yang berakad) karena melibatkan dua pihak, yaitu pihak penjual dan pembeli.³⁰ Dalam pengertian yang lebih sederhana, yang dimaksud dengan „aqid adalah penjual dan pembeli, atau pihak yang melakukan akad jual beli.

c. Objek akad (Ma“qud „Alaihi)

Objek akad adalah sesuatu harta (dapat berupa barang maupun jasa) yang ditransaksikan atau diperjualbelikan. Dalam hal ini, Wahbah Zuhaili menambahkan bahwa bersamaan dengan objek akad tersebut harus disertai pula dengan harga objek akad yang sedang diperjualbelikan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap barang memiliki nilai yang melekat padanya.

d. Sighat (Ijab dan Qabul)

Adalah pernyataan atau lafaz yang diucapkan pada waktu pelaksanaan akad.³¹ Sementara itu, Ijab dan qabul merupakan proses penyerahan antara kedua belah pihak

³¹ M. Nadrattuzaman Hosen dan AM. Hasan Ali, *Kamus Populer Keuangan dan Ekonomi Syariah* (Jakarta: Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah Publising, 2008), 86.

yang terlibat dalam suatu akad. Dengan demikian, istilah ijab qabul merujuk pada ucapan atau kata-kata yang diucapkan oleh penjual kepada pembeli saat transaksi jual beli dilakukan, begitu juga sebaliknya, yaitu kata-kata yang diucapkan oleh pembeli kepada penjual saat transaksi jual beli dilakukan untuk menunjukkan persetujuannya.

e. Harga atau nilai tukar pengganti barang

Nilai tukar suatu barang adalah salah satu unsur penting dalam proses jual beli. Istilah yang digunakan untuk nilai tukar saat ini adalah uang. Ada beberapa ketentuan yang harus dipertimbangkan dalam menentukan nilai tukar dalam aktivitas jual beli ³²:

- a) Jumlah yang jelas harus dimiliki oleh harga yang telah disetujui oleh kedua belah pihak.
- b) Pembayaran harus dilakukan saat transaksi berlangsung. Apabila pembayaran dilakukan dengan cara berhutang, maka waktu pembayaran harus ditentukan secara spesifik.
- c) jual beli dilakukan melalui sistem barter, sehingga benda yang digunakan sebagai

³² Syaifullah, Syaifullah. "Etika Jual Beli Dalam Islam. HUNafa." *Jurnal Studia Islamika*, vol.11.2, 2014, 379.

nilai tukar harus barang yang halal, bukan barang yang diharamkan.

f. Syarat Jual beli

Dalam konteks pembahasan mengenai rukun jual beli sebelumnya, pentingnya syarat dalam transaksi jual beli tidak dapat dipisahkan dari elemen-elemen rukun jual beli. Karena, syarat dan rukun memiliki hubungan yang erat. Syarat merupakan hal yang wajib ada atau ketentuan yang harus dipenuhi dalam pelaksanaan suatu rukun tertentu..³³ Dalam hal transaksi jual beli, syarat-syarat adalah peraturan yang harus dipenuhi dan terkait dengan elemen-elemen pokok dalam transaksi tersebut. Oleh karena itu, syarat-syarat transaksi jual beli yang akan dijelaskan selanjutnya merupakan hasil dari aspek-aspek utama dalam transaksi jual beli yang telah dibahas sebelumnya. Berikut adalah beberapa syarat transaksi jual beli :

1. Pihak yang berakad („Aqid)

a. Mumayyiz

Penjual dan pembeli haruslah seseorang memiliki kemampuan untuk mengelola hartanya sendiri.

³³ KBBI Online <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/syarat> (diakses pada tanggal 1 februari 2025, pukul 20.00 WIB).

Oleh karena itulah, anak kecil, orang dalam keadaan mabuk, dan orang yang mengalami gangguan mental (gila) tidak diperbolehkan menjadi „aqid (baik bertindak sebagai penjual maupun pembeli), sebab ia tidak memiliki kemampuan untuk mengelola hartanya sendiri.³⁴ "Tanggung jawab mengelola harta anak kecil berada di tangan orang tua atau wali, sedangkan orang yang dalam keadaan mabuk atau gila tidak memiliki kesadaran yang memadai untuk terlibat dalam transaksi jual beli.

Menurut kesepakatan ulama, transaksi jual beli yang dilakukan oleh orang yang belum dewasa dianggap tidak sah, kecuali dalam hal-hal yang remeh dan sepele. Pendapat ulama dari mazhab Syafi'i menyatakan bahwa transaksi jual beli yang dilakukan oleh anak-anak dianggap tidak sah karena masih terhalang oleh kriteria yang belum memadai. Namun, ulama dari

³⁴ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah Jilid 4* (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006), 122.

mazhab Maliki, Hanafi, dan Hanbali berpendapat bahwa transaksi jual beli yang dilakukan oleh anak-anak dapat dianggap sah apabila telah mendapat izin dari walinya, seperti dalam rangka pembelajaran untuk kedewasaan anak tersebut.³⁵

b. Baligh

Penjual dan pembeli harus sudah berada dalam kategori orang yang telah mencapai usia dewasa dan memiliki kemampuan intelektual, yaitu orang yang mampu membedakan antara yang benar dan yang salah. Persyaratan usia dewasa ini menjadi sangat penting karena dalam konteks hukum Islam, usia dewasa adalah masa di mana seseorang dapat dikenai hukum syariah. Oleh karena itu, ketika melakukan transaksi, seseorang harus memahami konsekuensi hukum dari transaksi tersebut dan secara sah dapat diminta pertanggungjawaban atas tindakan yang dilakukannya.

³⁵ Sulaeman Jajuli, *Ekonomi dalam al-Qur'an* (Yogyakarta: Penerbit Depublish, 2018), 266.

c. Tanpa paksaan

Dalam proses transaksi antara penjual dan pembeli, penting untuk dilakukan atas dasar kesepakatan bersama tanpa adanya tekanan. Tidak boleh ada unsur paksaan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Setiap pihak harus menghormati kehendak dan keputusan masing-masing tanpa adanya pemaksaan. Prinsip bahwa jual beli harus dilakukan secara sukarela ini telah dijelaskan dalam ayat 29 surah an-Nisa³⁶ yang menekankan pentingnya saling merelakan. Transaksi yang dilakukan dengan paksaan dianggap tidak sah menurut pandangan madzhab Hanbali dan Hanafi.³⁶

d. Tidak Mubazir

Syarat selanjutnya, pembeli dan penjual tidak boleh memiliki kebiasaan boros. Kebiasaan boros menunjukkan ketidakmampuan seseorang dalam bertindak. Selain

³⁶ Ala³⁶Eddin Kharofa, *Transaksi dalam Perundangan Islam* (Selangor Malaysia: Percetakan Warni Sdn Bhd, 2007), 62.

itu, orang yang boros memiliki harta yang dikelola oleh walinya, bukan oleh dirinya sendiri.

3. Prinsip-Prinsip Hukum Islam dalam Transaksi jual beli sosial commerce

Terkait dengan prinsip-prinsip transaksi jual beli dalam ajaran Islam, hingga saat ini belum ada kajian yang komprehensif dan mendalam. Meskipun terdapat beberapa literatur yang membahas prinsip-prinsip tersebut, namun pembahasannya masih terbatas pada aspek-aspek ekonomi Islam. Oleh karena itu, penulis berupaya untuk merangkum dan merumuskan prinsip-prinsip transaksi jual beli berdasarkan berbagai literatur dan referensi yang ada. Prinsip-prinsip tersebut meliputi prinsip tauhid, prinsip akhlak, prinsip keseimbangan, prinsip kebebasan individu, prinsip keadilan, dan prinsip sah (transaksi jual beli harus memenuhi syarat dan rukun yang telah ditetapkan). Penjelasan mengenai setiap prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

a. Prinsip Kejujuran (As-Shidq)

Menerapkan prinsip kejujuran dalam transaksi jual beli dapat dilakukan dengan memberikan informasi secara obyektif, akurat, jujur, dan komprehensif. Dampak dari prinsip kejujuran ini adalah larangan terhadap segala bentuk tindakan penipuan, baik itu dalam bentuk

kata-kata maupun perbuatan. Prinsip kejujuran ini ditegaskan oleh Tuhan dalam Al-Quran Surah al-Muthaffifin ayat 1-3 yang mengancam seseorang yang tidak jujur dalam melakukan pengukuran timbangan.³⁷

b. Prinsip Keadilan (Al-,Adl)

Ajaran Islam menekankan pentingnya transaksi yang adil dan tidak merugikan pihak manapun. Keadilan dalam transaksi online meliputi penetapan harga yang sesuai, kesepakatan pembayaran yang transparan, serta perlindungan terhadap hak-hak konsumen dan penjual. Di dalam platform jual-beli, keadilan juga mencakup regulasi yang mengatur penyelesaian keluhan atau sengketa dengan cara yang adil.³⁸

c. Prinsip Kerelaan (At-Taradhi)

Dalam proses jual beli, prinsip saling setuju ditunjukkan dengan adanya perjanjian ijab dan qabul yang dilakukan secara sukarela dan bebas dari segala bentuk tekanan, penipuan, dan kecurangan. Kesepakatan dalam transaksi berarti kedua belah pihak harus melakukan transaksi dengan kesepakatan bersama tanpa adanya

³⁷ Mursal dan Suhadi. "Implementasi prinsip Islam dalam aktivitas ekonomi: Alternatif mewujudkan keseimbangan hidup". *Jurnal Penelitian*. Vol. 9, No.1, 2015, 67-92.

tekanan atau intimidasi. Dalam transaksi online, hal ini berarti pembeli harus memiliki akses informasi yang memadai sebelum melakukan transaksi, sedangkan penjual tidak boleh memaksa pembelian melalui iklan yang menyesatkan atau praktik penjualan yang tidak etis.

d. Prinsip Tidak Mengandung Unsur Riba

Dalam ajaran Islam, dilarang melakukan transaksi yang mengandung riba atau bunga yang berlebihan. Ketika berbicara tentang transaksi jual beli sosial commerce, hal ini mengindikasikan bahwa metode pembayaran harus tidak melibatkan riba, seperti penggunaan kartu kredit dengan sistem bunga atau cicilan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah. Beberapa alternatif yang biasa digunakan adalah pembayaran langsung, transfer bank syariah, atau sistem cicilan tanpa bunga.

e. Prinsip kemanfaatan

Dalam proses transaksi jual beli, penting bagi kedua belah pihak untuk mendapatkan manfaat yang seimbang. Manfaat tersebut bisa berasal dari barang yang diperdagangkan maupun dari hasil transaksi itu sendiri. Barang yang diperdagangkan harus memberikan manfaat

positif bagi manusia dan tidak menimbulkan dampak negatif.³⁹

d. Prinsip kebebasan

Prinsip yang harus diikuti dalam menentukan suatu langkah atau keputusan adalah sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Dalam transaksi jual beli, prinsip kebebasan diwujudkan melalui hak untuk memilih atau yang sering disebut sebagai khiyar. Khiyar dalam konteks jual beli memberikan kebebasan kepada pihak yang berakad untuk menentukan kelangsungan akad tersebut, baik untuk melanjutkan atau membatalkannya. Tujuan dari khiyar adalah untuk memastikan bahwa akad yang dilakukan berdasarkan kesepakatan penuh antara kedua belah pihak yang terlibat.⁴⁰

e. Prinsip akhlak/etika

Prinsip ini mencerminkan praktik sifat-sifat utama yang dimiliki oleh nabi dan rasul dalam semua aspek ekonomi, yaitu kejujuran, kepercayaan, penyebaran kebenaran, dan kecerdasan. Etika merupakan inti dari kehidupan Islami, termasuk dalam ranah ekonomi. Seorang individu yang beragama Islam tidak

³⁹Mardani. (2015). *Hukum sistem ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

⁴⁰ Azhar, A.B. *Asas-asas hukum muamalat (hukum perdata Islam)*. Yogyakarta: UII Press. 2000

diperbolehkan untuk bertindak semaunya atau demi keuntungannya sendiri dalam bisnis dan pengelolaan kekayaannya.⁴¹ Secara keseluruhan, prinsip etika dalam transaksi melibatkan perilaku yang positif dan tidak merugikan siapapun, seperti berlaku jujur, tidak berbohong, tidak terlibat dalam perjudian, dan dapat dipercaya.

4. Akad Jual Beli Online dalam Islam

Dalam ajaran Islam, hukum kontrak dikenal sebagai "Akad" yang berasal dari kata Arab "al aqd" yang artinya perjanjian, kesepakatan, kontrak, atau transaksi. Dalam artikel ini, istilah perjanjian (dalam konteks jual beli) digunakan untuk menggantikan istilah Akad. Menurut Wahab al Zuhaili dan Ibnu Abidin, seperti yang dikutip oleh Abdul Manan, istilah "kontrak" (Akad) merujuk pada hubungan antara ijab dan qabul sesuai dengan ketentuan syariah (Allah dan Rasul-Nya) yang menghasilkan konsekuensi hukum terhadap objeknya.

Ijab dan qabul digunakan untuk menunjukkan kesepakatan dan persetujuan saling antara pihak yang terlibat dalam kontrak. Oleh karena itu, ijab dan qabul ini membawa hak dan kewajiban bagi setiap pihak yang terlibat dalam kontrak. Menurut Hasbi

⁴¹ Qardhawi, Yusuf. *Peran nilai dan moral dalam perekonomian islam*. Terjemahan.Didin Hafiduddin dkk. Jakarta: Robbani Press, 2004.

Ash Shiddiqie, seperti yang dikutip oleh Abdul Manan, sebuah perjanjian harus memenuhi empat syarat yang tidak boleh diabaikan, yaitu sighat al 'aqd, mahallul 'aqd, al 'aqidaian, dan maudhu'ul 'aqd.

1. Sighat al'“aqd (Ijab qabul).

Proses peneguhan kesepakatan dalam transaksi jual beli dapat dilakukan dengan menggunakan ucapan, tulisan, atau isyarat untuk mereka yang tidak dapat berkomunikasi secara verbal atau tertulis. Bahkan, tindakan konkret yang menunjukkan kesepakatan kedua belah pihak, yang dikenal sebagai *al mu'athah*, juga dapat digunakan. Tidak terdapat petunjuk spesifik dalam Al-Qur'an atau Al-Hadits mengenai format atau frasa yang harus digunakan dalam proses peneguhan kesepakatan tersebut. Proses ini dapat mengikuti kebiasaan (*„urf*) selama tidak melanggar syarat ketentuan.

2. Mahallul „aqd (objek perjanjian)

Para ahli hukum Islam (fuqaha) sepakat bahwa objek perjanjian dalam muamalah memiliki cakupan yang sangat luas, dengan berbagai bentuk yang berbeda. Mereka menegaskan bahwa objek perjanjian harus memenuhi empat syarat yang telah ditetapkan, yaitu:

- f. Seharusnya sudah ada secara nyata ketika perjanjian berlangsung atau diantisipasi akan ada di masa mendatang.
- g. Disetujui sesuai dengan hukum agama.
- h. Wajib diserahkan saat perjanjian terjadi, meskipun tidak segera dan bisa dilakukan pada waktu yang telah ditentukan dalam kesepakatan.
- i. Harus jelas dan dapat diidentifikasi (spesifik) serta diketahui oleh kedua belah pihak yang terlibat dalam perjanjian.

Transaksi syariah seperti murabahah, ijarah, dan salam memberikan kerangka kerja yang terperinci, menggantikan kontrak konvensional yang mengandung riba atau gharar. Akad syariah merupakan dasar utama dalam sistem keuangan syariah yang berperan untuk memastikan bahwa setiap transaksi mematuhi prinsip-prinsip Islam, seperti keadilan, transparansi, dan saling menguntungkan. Dalam sistem keuangan modern, akad syariah memberikan struktur hukum dan operasional yang menggantikan mekanisme konvensional yang mengandung unsur riba, gharar, atau maisir. Contohnya, akad mudharabah (kerja sama bagi hasil) dan musyarakah (kemitraan) digunakan untuk mendukung bisnis atau investasi, di mana

keuntungan dibagi sesuai kesepakatan dan risiko ditanggung secara adil. Akad-akad ini tidak hanya menggantikan sistem bunga tetapi juga mendorong kerjasama dan partisipasi aktif antara pihak-pihak yang terlibat.⁴²

B. Fatwa DSN-MUI No.05/2000 Tentang Salām

5. Pengertian Akad Salam

Secara Bahasa salām memiliki makna yang serupa dengan “salaf” (mengawali/mendahului)⁴³ transaksi salām juga bisa diartikan bentuk perjanjian jual beli di mana pembayaran dilakukan terlebih dahulu dan pengiriman barang dilakukan sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.⁴⁴

Menurut Kamaliddin bin Al-hammam dari mazhab Hanafi, salam dapat didefinisikan sebagai transaksi jual beli di mana pembayaran dilakukan secara langsung. Dalam salam, pembeli membayar uang harga barang tanpa barang yang dibeli sudah ada, namun karakteristik, jenis, dan ukuran barang

⁴² S.Nurhayati. *Akuntansi Syariah di Indonesia, edisi 5*. (Penerbit Salemba, 2023)

⁴³ Suaidi, *Ekonomi Islam dalam Al-Qur'an* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), 75.

⁴⁴ Muhammad Yazid, *Hukum Ekonomi Islam (Fiqh Muamalah)* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), 50.

tersebut sudah disepakati pada saat perjanjian dibuat.⁴⁵

6. Dasar Hukum Salām

a. Al-Qurʿan Surah Al-Baqarah (2): 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَلَا تَبْ وَهُوَ ۝

“Apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang telah ditentukan, hendaknya kamu menuliskannya.” (Q.S Al-Baqarah (2): 282)⁴⁶

b. Hadis dari Ibnu Abbas r.a

“Ibn Abbas menyatakan bahwa ketika Rasul datang ke Madinah, penduduk Madinah melakukan jual beli salam pada buah-buahan untuk jangka satu tahun atau dua tahun. Kemudian Rasul bersabda: Siapa yang melakukan salam hendaknya melakukannya dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula, sampai batas waktu tertentu”.

⁴⁵ Akbar, Aly, and Moch Cahyo Sucipto. "Analisis Transaksi Akad Salam Dalam Jual Beli Online." *EKISISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)*, vol.2, No.2, 2018, 11-17.

⁴⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qurʿan Dan Terjemahan* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf AlQurʿan, 2019), 63.

7. Rukun Dan Syarat-Syarat

Menurut Sulaiman Rasjid dalam Saprida, aspek-aspek yang harus dipenuhi dalam rukun jual beli salam adalah sebagai berikut:

- 1) Pembeli (Muslam) merupakan individu yang memerlukan dan memesan barang.
- 2) Penjual (Muslam ilaih) adalah individu yang menyediakan barang yang dipesan.
- 3) Modal atau uang. Beberapa juga menyebutnya sebagai harga (tsaman).
- 4) Barang yang diperdagangkan (Muslan fiih).
- 5) Kesepakatan (Shigat) yang terdiri dari ijab dan qabul.

Sedangkan untuk keabsahan perjanjian akad salam harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Saat barang diterima, ukuran, bentuk, dan takaran barang harus sesuai dengan pesanan.
- b. Penyerahan barang harus sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Dalam Fatwa DSN MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000, dijelaskan dalam ketentuan keempat mengenai barang yang menjelaskan bahwa waktu dan tempat penyerahan barang harus disepakati bersama.
- c. Sebelum barang yang dipesan diserahkan, pembayaran harus dilakukan terlebih dahulu. Fatwa DSN MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000 menjelaskan bahwa penyerahan barang dilakukan setelah pembayaran.

- d. Sebelum penyerahan barang yang dipesan, barang dapat dianggap sebagai utang oleh penjual; Fatwa DSN MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000 menjelaskan bahwa barang harus memiliki ciri-ciri yang jelas dan dapat diakui sebagai utang.
- e. Untuk menghindari kesalahpahaman, penting untuk memberikan deskripsi yang jelas mengenai barang yang dipesan.⁴⁷ Fatwa DSN MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000 menegaskan bahwa dalam hal ketentuan barang, spesifikasi harus dijelaskan secara rinci.

C. Marketplace Facebook dan E-commerce dalam perspektif

1. Marketplace Facebook

Marketplace merupakan platform digital yang menghubungkan berbagai penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Dengan adanya Marketplace, penjual tidak perlu repot dan bingung dalam berjualan online karena sudah tersedia tempat khusus untuk berjualan. Hanya dengan mendaftar, penjual dapat memulai berjualan tanpa harus memikirkan proses lainnya karena tim Marketplace akan menangani semuanya. Penjual hanya perlu fokus pada peningkatan pelayanan dan promosi untuk meningkatkan kemungkinan penjualan, karena di

⁴⁷ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2019), 114.

Marketplace terdapat banyak penjual dan pembeli yang bergabung.⁴⁸

Marketplace adalah platform online untuk bertransaksi jual beli yang menyediakan layanan lengkap mulai dari promosi hingga proses transaksi. Dengan sistem yang telah terbukti efektif, situs jual beli seperti Marketplace di Indonesia, contohnya adalah Facebook.⁴⁹

Platform jual beli yang disediakan oleh Facebook dikenal dengan nama Marketplace, digunakan untuk mempermudah pengguna Facebook dalam bertransaksi jual beli. Terdapat tiga fitur utama yang dimiliki oleh Facebook Marketplace, yaitu pencarian barang, penjualan barang, dan pencarian di sekitar lokasi pengguna. Transaksi di Facebook Marketplace tidak dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli, namun melalui proses negosiasi dan kesepakatan di antara keduanya. Jenis transaksi yang dapat dilakukan di Facebook Marketplace termasuk transaksi COD dan transaksi online.

⁴⁸ Apriadi, D. (2017). *E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian*. Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi, 1.

⁴⁹ Wati Susiawati "Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian", *Jurnal Ekonomi Islam*, vol. 8, no. 2, 2017, 182.

Kunggulan facebook sebagai platform Marketplace menurut Muttaqin⁵⁰ adalah :

- 1) Perkembangan teknologi internet yang semakin canggih telah meningkatkan jumlah pengguna internet yang terus bertambah setiap tahun.
- 2) Sebagai platform media sosial yang populer, Facebook sering kali menjadi tujuan utama pengguna internet.
- 3) Facebook menyediakan berbagai informasi tentang pengguna seperti usia, lokasi, dan minat, yang dapat digunakan untuk memetakan pasar.
- 4) Dengan fokus yang tepat dalam memetakan pasar, Facebook menjadi platform yang efektif.
- 5) Akses mudah ke Facebook memungkinkan pengguna untuk terhubung kapan saja dan di mana saja selama terhubung dengan internet.
- 6) Komunikasi yang lancar di Facebook memungkinkan pengguna untuk bersosialisasi tanpa batasan.
- 7) Pembeli virtual diberikan kesempatan untuk memberikan masukan terhadap produk yang dibeli, sehingga penjual dapat dengan mudah memperbarui kondisi barang berdasarkan saran dan kritik yang diberikan.

⁵⁰ Zainal Muttaqin. "Facebook Marketing dalam Komunikasi Pemasaran Modern". *Teknologi*, vol.1, No.2, 2011, 103-109.

- 8) Komunikasi antara penjual dan pembeli selalu terjaga melalui fitur yang disediakan oleh Facebook, sehingga informasi mengenai barang-barang baru dapat langsung disampaikan kepada konsumen.

2. Peran Facebook dalam Strategi Pemasaran

Facebook diciptakan dengan tujuan dan fungsi utama untuk memfasilitasi Anda dalam berinteraksi dan berbagi dengan individu-individu dalam lingkungan Anda. Secara garis besar, Facebook hadir untuk mempermudah komunikasi dengan anggota keluarga dan teman-teman. Bentuk komunikasi yang dapat dilakukan meliputi pembaruan status, memberikan komentar, berbincang-bincang, bergabung dalam grup, mengikuti atau membuat halaman, dan sebagainya.

Selain dari fungsi yang telah disebutkan di atas, dalam bidang pemasaran, penggunaan Facebook juga sering dimanfaatkan oleh para pengusaha di Indonesia. Beberapa manfaat dari penggunaan Facebook dalam pemasaran antara lain:

- 1) Menyediakan platform jual beli secara gratis melalui Facebook Marketplace dan fitur lainnya.
- 2) Membangun dan meningkatkan citra merek.
- 3) Menemukan target pasar yang tepat untuk bisnis.

- 4) Memanfaatkan fitur iklan yang menguntungkan.
- 5) Facebook berperan sebagai tempat untuk mencari calon pelanggan.
- 6) Berdampak positif pada peningkatan penjualan dalam bisnis mereka.⁵¹

3. Tantangan dan Peluang Marketplace dalam Penerapan Prinsip Syariah

Facebook Marketplace, sebuah platform perdagangan digital yang semakin diminati oleh pengguna internet, menawarkan kemudahan bagi individu dan bisnis untuk bertransaksi secara langsung dengan fitur jual beli yang disediakan. Namun, seperti halnya platform digital lainnya, Marketplace Facebook memiliki tantangan serta peluang yang perlu diperhatikan dalam pengembangannya:

1. Keamanan dan Kepercayaan

Salah satu tantangan utama dalam transaksi jual beli sosial commerce di Marketplace Facebook adalah keamanan. Banyaknya kasus penipuan, baik dari penjual maupun pembeli, dapat mengurangi tingkat kepercayaan pengguna terhadap platform ini. Minimnya sistem perlindungan konsumen seperti

⁵¹ Linda Jayanti. “Analisa Pola Penyalahgunaan Facebook Sebagai Alat Kejahatan Trafficking Menggunakan Data Mining”. *Teknik Informatika*, vol.8, 2016

garansi uang kembali atau escrow membuat transaksi lebih berisiko dibandingkan marketplace lain seperti Shopee atau Tokopedia. Penipuan yang sering terjadi meliputi penjualan barang palsu, pembayaran di luar platform, dan akun palsu yang sulit ditindak oleh Facebook.

2. Persaingan dengan Marketplace Lain

Marketplace Facebook harus bersaing dengan platform e-commerce lain yang lebih mapan dan memiliki fitur lebih lengkap. Platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak menawarkan perlindungan konsumen serta berbagai promo menarik yang dapat menarik lebih banyak pengguna. Selain itu, marketplace konvensional juga memiliki sistem yang lebih tertata dalam pengelolaan produk, pembayaran, serta layanan pelanggan, yang menjadi tantangan bagi Facebook Marketplace untuk bersaing di industri ini.

3. Keterbatasan Sistem Pembayaran

Berbeda dengan marketplace besar lainnya, Marketplace Facebook belum memiliki sistem pembayaran internal yang terintegrasi. Hal ini membuat transaksi masih mengandalkan kesepakatan antara pembeli dan penjual, yang dapat menimbulkan potensi sengketa atau

ketidakpastian dalam pembayaran. Tanpa adanya sistem pembayaran yang aman, risiko pembayaran tidak selesai atau pembeli yang tidak menerima barang tetap tinggi.

2. Kurangnya Regulasi dan Monitoring

Karena Marketplace Facebook bersifat terbuka dan tidak memiliki sistem regulasi yang ketat, banyak pengguna yang menyalahgunakan platform ini untuk melakukan transaksi ilegal, seperti penjualan barang palsu atau produk yang dilarang. Facebook memiliki kebijakan komunitas, tetapi implementasinya masih kurang ketat, sehingga banyak pelaku usaha yang tidak memenuhi standar bisnis yang baik tetap beroperasi di platform ini.

3. Peluang Marketplace Facebook

1) Basis Pengguna yang Besar

Dengan jumlah pengguna yang melebihi 2 miliar, Facebook memiliki peluang yang besar untuk mendukung Marketplace sebagai wadah perdagangan online. Ini memberikan keunggulan bagi para penjual untuk mencapai pasar yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar dalam upaya pemasaran.

2) Integrasi dengan Ekosistem Facebook

Marketplace Facebook dapat memanfaatkan fitur lain dalam ekosistem Facebook seperti Facebook Ads dan Facebook Groups untuk meningkatkan penjualan dan interaksi dengan pelanggan. Hal ini memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk membangun brand awareness yang lebih kuat.

3) Kemudahan Akses dan Penggunaan

Facebook Marketplace menawarkan kemudahan bagi pengguna dalam memposting dan mencari barang tanpa perlu mengunduh aplikasi tambahan. Hal ini menjadi menarik bagi pengguna yang ingin melakukan transaksi jual beli dengan cara yang mudah.

4) Potensi Monetisasi dan Pengembangan Fitur Baru

Facebook dapat mengembangkan fitur tambahan seperti sistem pembayaran internal, layanan escrow, dan sistem review yang lebih transparan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pengguna serta menjadikan Marketplace Facebook sebagai pesaing yang lebih kuat di industri e-commerce.

BAB III

PRAKTIK PRINSIP TRANSAKSI JUAL BELI SOSIAL COMMERCE MARKETPLACE FACEBOOK di STOKIS NATURAL NUSANTARA (NASA)

A. Profil PT. Natural Nusantara

1. Gambaran Umum

Pak Haji Hanan, seorang peneliti di bidang Agro pertanian dan juga seorang hafidz, telah menemukan konsep-konsep baru dalam budidaya pertanian yang mengarah pada penciptaan pupuk organik. Dengan fokus pada kegiatan pertanian dan perhatian terhadap kondisi lingkungan, minatnya pun beralih ke penelitian dan pengembangan, terutama dalam upaya memperbaiki lingkungan hidup dan ekosistem sub.Sektor pertanian. Hasil-hasil yang didapat dari kegiatan penelitian dan pengembangan pada awalnya berupa teknologi pupuk organik cair dan hormon/zat pengatur tumbuh organik.

Sejak tahun 1996, penyebaran produk ini semakin luas karena banyak pihak yang meminta, karena hasil yang positif yang telah dicapai saat digunakan dan kekhawatiran yang mendalam terhadap kondisi agrokomples di Indonesia, terutama terkait dengan tingkat produksi komoditas yang masih belum optimal, kualitas panen yang belum mencapai standar, dan kerusakan lingkungan

hidup di agrokomples yang semakin parah. Pada tanggal 1 Oktober 2002, diputuskan untuk mengembangkan produk ini secara lebih intensif dengan memberikan pembinaan (termasuk pola pikir, mental, motivasi, keterampilan, dan modal) menggunakan merek perusahaan PT. Natural Nusantara.⁵² Natural Nusantara menekankan penggunaan teknologi yang bersifat alami dan ramah lingkungan, serta fokus pada penciptaan produk-produk unggulan dari Indonesia.

Semua teknologi di atas dikembangkan dengan prinsip K-3 (kuantitas-kualitas kelestarian), yaitu menaikan produksi serta kualitas panen sekaligus menjaga kelestarian lingkungan hidup, dan teruji multi dimensi (multi komoditi, multi lokasi, multi waktu). Multi komoditi, semua produk telah digunakan untuk berbagai macam komoditi pertanian (Sub. sektor pangan hortikultura dan tahunan/perkebunan), peternakan (Sub. sektor ternak atau unggas) dan perikanan (darat dan payu/tambak). Multi lokasi, produk PT. Natural Nusantara telah digunakan di lahan normal-lahan kritis, daratan rendah-daratan tinggi, lahan basah-lahan kering disemua wilayah Indonesia. Multi waktu produk PT. Natural Nusantara telah digunakan lebih dari 15 tahun dimana hasil-hasil yang diperoleh

⁵² Kepala Mitra PT. Natural Nusantara, Buku Panduan Mitra PT. Natural Nusantara, Tahun 2015. 01

didokumentasikan dalam bentuk Video dan flashdisk khusus aspek bahan baku utama produk pupuk organik PT. Natural Nusantara terjamin ketersediaannya (terlepas dari proses produksinya yang bertahap sesuai perkembangan pasar), hanya 30% Eposit bahan baku utama yang digunakan sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan seluruhnya Indonesia selama \pm 16 ribu tahun, dimana sisahnya (70%) dapat dipergunakan untuk dunia menunjang agenda 21 (Back To Natur), karena sepanjang catatan kami bahan baku kami hanya terdapat di Indonesia. Mengingat potensi luar biasa keanekaragam hayati Indonesia pada khususnya dan dunia pada umumnya maka mulai tahun 2003 dikembangkan juga pengolahan keanekaragam produk PT. Natural Nusantara. Banyak produk food suplement telah diluncurkan untuk memelihara kesehatan maupun membantu menyembuhkan berbagai macam penyakit yang beberapa diantaranya telah didokumentasikan dalam bentuk video dan flashdisk selain teknologi.⁵³

PT. Natural Nusantara akan memberi bonus/rabat kepada mereka yang bersedia bergabung dengan bisnis PT. Natural Nusantara ini dan bekerja secara jaringan atau kelompok untuk dapat menikmati rancangan bisnis ini. Dan cara unruk gabung di bisnis PT. Natural Nusantara harus

⁵³Ibid., 01.

mengisis formulir biodata calon mitra selain itu harus menyelesaikan pembayaran pendaftaran 250.000, calon mitra PT. Natural Nusantara ini mendapat 3 produk yaitu (propolis, grece, dan pupuk grenstar.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Perusahaan PT. Natural Nusantara (NASA) menerapkan strategi pengembangan pada bidang SDM Pertanian melalui jaringan kerja yang bertujuan untuk meningkatkan pola pikir, mental, motivasi, pengetahuan, dan modal secara lebih efisien dan cepat. Prinsip kerja di PT. Natural Nusantara (NASA) atau yang dikenal dengan PPL NASA mencakup Profil, Pengetahuan, Kebebasan, Nama baik, Hubungan sosial, dan Amal. Visi misi dari Stockist PT. Natural Nusantara adalah sebagai berikut:

Visi : Untuk hidup bahagia dan sejahtera selaras alam

Misi : Untuk bersama menuju masa depan lebih baik.

Tujuan : Pemberdayaan potensi Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas.

3. Data khusus tentang gambaran umum Stokis H-3440

PT. Natural Nusantara ini memiliki cabang-cabang untuk pendistribusian produk-produknya dalam bentuk Stockist Nasa. Salah satunya Stockist

Nasa Salatiga H-3440 ini merupakan pusat informasi dan distribusi produk pertanian (Agrokompleks), produk home care, produk kesehatan, produk kosmetik dan body care. Distributor Nasa inilah yang menjadi ujung tombak perusahaan dalam memasarkan produknya ke konsumen.

Perusahaan Natural Nusantara, yang merupakan perusahaan yang sudah dikenal luas di Salatiga, merupakan salah satu perusahaan yang tidak asing lagi bagi masyarakat. Siti Asrifatul Husna, seorang admin dan pengguna aktif di media sosial Facebook sejak tahun 2018, sering membagikan dan mengabadikan momen-momen penting dalam hidupnya, termasuk aktivitas bersama teman-temannya, kegiatan organisasi, dan dokumentasi pribadinya.

Pada tahun 2018, saat dia sedang menjalani peran sebagai seorang ibu rumah tangga yang memiliki dua anak kecil, dia merasa tertarik untuk bergabung dengan perusahaan PT. NASA. Menurut Siti Asrifatul Husna: “Awal mulanya saya mengenal PT. NASA ini sejak tahun 2018 dimana saat itu saya kenal dari teman saya yang bernama Nur Hanifah. Beliau mengajak saya untuk bergabung di Nasa karena sistem kerja di Nasa yang fleksibel bisa dikerjakan di mana saja dan kapan saya, dengan kesibukan saya yang mengurus rumahtangga dengan 2

balita akhirnya saya berminat, karena masih bisa mengurus anak dan berkerja dengan sistem online, yaitu salah satunya menawarkan lewat marketplace facebook.”

Dalam proses perekrutan Asrifatul oleh PT. NASA, ia diakui melalui bantuan seorang sponsor. Sponsor di PT. NASA adalah individu yang mengenalkan calon distributor kepada PT. Natural Nusantara untuk menjadi bagian dari jaringan pemasaran, dan namanya akan dicatat sebagai sponsor. Asrifatul Saat diwawancarai, peneliti menyatakan minatnya terhadap PT. NASA karena transparansi perusahaan, kejelasan produk-produk yang ditawarkan, lokasi kantor yang terbuka, serta keberadaan produk lokal yang telah terdaftar resmi, bersertifikat halal dan BPOM, serta banyaknya kesuksesan yang telah diraih oleh para pelaku bisnis di NASA.

Seorang yang telah terdaftar sebagai anggota resmi NASA tidak diharuskan untuk melakukan promosi produk. Namun, untuk menjadi penjual yang kompeten dan mahir, PT. NASA menyelenggarakan acara pelatihan khusus yang ditujukan kepada anggota yang tertarik untuk mengubah NASA menjadi bisnis yang menguntungkan. Seperti yang disampaikan oleh Siti Asrifatul Husna dalam wawancara dengan seorang peneliti:

“Sebelum resmi menjadi anggota belum diwajibkan mengikuti pelatihan. Namun agar resmi menjadi anggota dan juga ikut serta menjual dan mempromosikan produk di PT. NASA terdapat pelatihan agar bisa menjadi penjual yang lebih baik.”

Dalam organisasi PT. NASA, diterapkan sistem Multi Level Marketing (MLM) di mana setiap mitra memiliki peluang untuk meningkatkan posisi karir mereka. Sistem peningkatan karir ini telah ditetapkan oleh PT. NASA, sehingga mitra yang berhasil dalam penjualan memiliki kesempatan untuk naik jabatan. Sebagai contoh, Siti Asrifatul Husna telah diangkat sebagai stockis resmi di Salatiga pada bulan Oktober 2020. Asrifatul menjelaskan bahwa tugas seorang stockis adalah menyediakan produk kepada anggota member NASA. Member NASA yang tidak satu jaringan dengan saya bisa mengambil produk dari saya dan juga bisa mengambil produk dari stokis mana saja.”

4. Letak Geografis Wilayah

Kelurahan Cebongan terletak di Jalan Soekarno-Hatta Nomor 32 Salatiga yaitu pada $07^{\circ}21'28.4''$ LS dan $110^{\circ}30'46.6''$ BT pada ketinggian 632 m(dpl). Adapun batas wilayah Kelurahan Cebongan adalah:

Sebelah Utara : Kelurahan Ledok Kecamatan Argomulyo.

Sebelah Timur : Kelurahan Tingkir Tengah Kecamatan Tingkir, Desa Bener Kabupaten Semarang.

Sebelah Selatan : Kelurahan Noborejo Kecamatan Argomulyo, Kelurahan Tingkir Tengah Kecamatan Tingkir.

Sebelah Barat : Kelurahan Randuacir Kecamatan Argomulyo.

B. Transaksi jual beli sosial commerce Stokis NASA di Marketplace Facebook

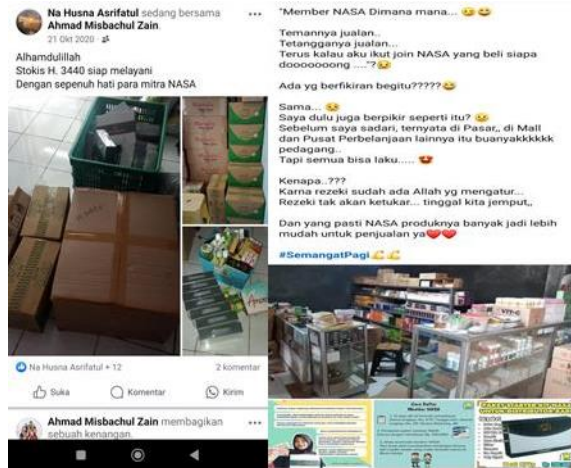
1. Mekanisme Transaksi jual beli sosial commerce

Marketplace Facebook menjadi salah satu pilihan utama bagi Stokis NASA dalam memasarkan produknya secara online. Mekanisme transaksi yang dilakukan di Marketplace Facebook melibatkan beberapa tahapan sebagai berikut:

1) Pembuatan dan Pengelolaan Akun

Untuk dapat menjual produk di Marketplace Facebook, Stokis NASA perlu memiliki akun Facebook yang aktif. Agar transaksi berjalan lancar, akun Facebook harus dikelola dengan baik, diantaranya dengan membuat deskripsi yang menarik, mengupdate produk secara rutin, memanfaatkan fitur promosi, dan berinteraksi dengan pelanggan. Dengan begitu dapat meningkatkan efektivitas

penjualan dan membangun kepercayaan pelanggan di Marketplace Facebook.



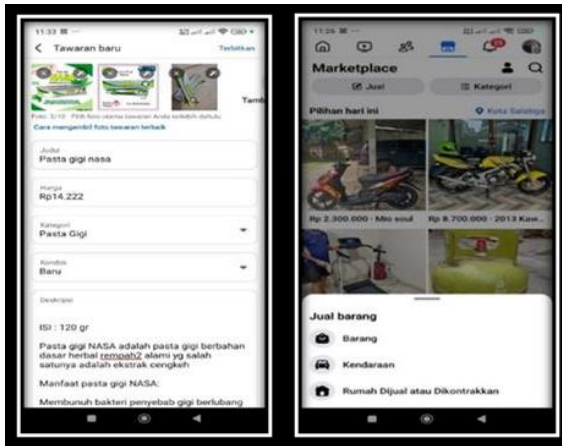
Gambar 1.1 contoh pengelolaan akun

2) Listing Produk

Listing produk merupakan proses menampilkan barang yang dijual di Marketplace Facebook dengan informasi yang lengkap dan menarik agar mudah ditemukan oleh calon pembeli. Berikut adalah langkah-langkah dalam listing produk yang efektif untuk Stokis NASA:

- Menampilkan produk NASA dengan foto yang jelas dan berkualitas.
- Menyertakan deskripsi produk, harga, dan cara pemesanan.

- Memanfaatkan fitur promosi dan kategori yang relevan agar produk lebih mudah ditemukan.



Gambar 2.1 contoh listing produk

3) Metode Pembayaran

Metode pembayaran adalah salah satu aspek penting dalam transaksi jual beli sosial commerce untuk memastikan proses jual beli berjalan dengan aman dan nyaman bagi kedua belah pihak. Berikut adalah beberapa metode pembayaran yang dapat digunakan oleh Stokis NASA di Marketplace Facebook: transfer bank, dompet digital, atau COD (Cash on Delivery). Pastikan transaksi dilakukan dengan aman agar menghindari penipuan.



Gambar 3.1 contoh metode pembayaran via transfer dan COD

4) Pengiriman Barang

Pengiriman barang merupakan tahap akhir dalam transaksi jual beli sosial commerce yang memastikan produk sampai ke tangan pembeli dengan aman dan tepat waktu. Stokis NASA H-3440 menggunakan metode pengiriman layanan dari perusahaan ekspedisi seperti JNE, J&T, SiCepat, Pos Indonesia, TIKI, Shopee Express, AnterAja, atau Grab/Gojek, dan juga COD (Cash on Delivery)

Alhamdulillah ya Allah 🙏
 Menerima pendaftaran Mitra baru
 Dan menerima orderan all produc NASA
 Dalam dan luar negeri

WA 085754491016



Gambar 4.1 contoh pengiriman barang melalui ekspedisi

2. Kelebihan dan Tantangan

1) Kelebihan

- Akses Mudah : Marketplace Facebook dapat diakses secara gratis tanpa perlu investasi besar.
- Jangkauan Luas : Dapat menjangkau calon pembeli dari berbagai daerah tanpa batasan geografis.
- Interaksi Langsung: Memungkinkan komunikasi real-time antara penjual dan pembeli.
- Fitur Promosi Beragam : Menyediakan fitur iklan dan promosi yang dapat meningkatkan visibilitas produk.

2) Tantangan

- Persaingan Ketat : Banyaknya penjual di Marketplace Facebook membuat kompetisi semakin tinggi.
- Penipuan dan Keamanan : Risiko adanya transaksi yang tidak aman atau pembeli yang tidak serius.
- Ketergantungan pada Algoritma: Perubahan algoritma Facebook dapat mempengaruhi visibilitas produk.
- Kendala Logistik: Pengelolaan pengiriman barang yang harus dilakukan secara mandiri oleh stokis.

3. Tata Cara Penggunaan Marketplace Facebook

Sebelum menggunakan Marketplace, pastikan Facebook sudah diperbarui dengan tampilan terbaru guna memastikan pengguna dapat melakukan transaksi, mencari produk, dan menjual produk di aplikasi Facebook sebelum menjual dengan fitur Facebook Marketplace. Berikut merupakan tata cara menggunakan Marketplace Facebook beserta dengan tampilan gambar nya :

a. Form login

Sebelum memulai masuk ke fitur Marketplace Facebook, pengguna harus login akun terlebih

dahulu untuk masuk ke laman selanjutnya dari Facebook.

b. Form Tampilan Awal

Pada form ini segala aktifitas layanan Facebook berupa fitur menonton video, profil, beranda aktivitas teman, Marketplace dan banyak fitur lainnya yang dapat digunakan sesuai dengan apa yang kita inginkan. Dan tentunya sebelum masuk ke laman Marketplace, pengguna akan masuk ke form awal ini terlebih dahulu.

c. Tampilan Marketplace Facebook

Tampilan ini langsung tersedia fitur disebelah kiri berupa penelusuran yang berfungsi mencari jenis benda atau jasa dan segala kebutuhan yang ada dalam pasar Marketplace Facebook, dan terdapat layanan untuk membuat dagangan sendiri dengan nama jual.

d. Form penjualan

pada form inilah tempat untuk membuat deskripsi barang atau jasa yang akan ditawarkan, form ini ada pada fitur “JUAL” jenis tawaran berupa barang maupun jasa. Untuk pembelajaran yang lebih lengkap, Facebook telah mempermudah dengan icon.

4. Data Hasil Penjualan Stokis Nasa H-3440

Dalam penelitian ini, data hasil penjualan diperoleh dari laporan penjualan stokis NASA

selama enam bulan terakhir. Berikut adalah rekapitulasi hasil penjualan:

Table 4.1 penjualan bulan Januari

NO	PRODUK	JUMLAH PENJUALAN
1.	Pasta gigi NASA	10.000 PCS
2.	Sampo Shanas	220 PCS
3.	Serbuk beras merah	44 PCS
4.	Pupuk organik	10 PCS
5.	Facial wash	54 PCS
6.	Ncx	88 PCS
7.	Sabun Erhasali	55 PCS

Tabel 4.2 penjualan bulan Febuari

NO	PRODUK	JUMLAH PENJUALAN
1.	Pasta gigi NASA	12.000 PCS
2.	Shampo Shanas	243 PCS
3.	Shanas haircolor	12 PCS

4.	Serbuk beras merah	65 PCS
5.	Ms.doble Diamond skin	4 PCS
6.	Clean and Glow	44 PCS
7.	NCX	64 PCS

Berdasarkan analisis yang dilakukan, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan untuk meningkatkan hasil penjualan stokis NASA adalah:

- Optimalisasi pemasaran digital dengan meningkatkan iklan berbayar dan promosi di media sosial.
 - Menjaga ketersediaan stok terutama untuk produk dengan permintaan tinggi seperti pupuk organik dan herbal kesehatan.
 - Memberikan pelatihan kepada reseller untuk meningkatkan strategi penjualan mereka.
 - Menawarkan paket bundling untuk meningkatkan penjualan produk terkait.
 - Mengadakan program loyalitas pelanggan untuk meningkatkan retensi pelanggan.
1. Tips Aman Bertransaksi di Facebook Marketplace
 - Periksa Profil Penjual/Pembeli – Cek riwayat akun, ulasan, dan aktivitas di Marketplace.

- Jangan Mudah Tergiur Harga Murah – Jika harga terlalu murah dari pasaran, bisa jadi penipuan.
- Gunakan Metode Pembayaran Aman – Hindari mengirim uang sebelum yakin dengan penjual.
- Hati-Hati dengan Barang yang Harus Dikirim – Mintalah bukti resi pengiriman jika bertransaksi jarak jauh.

BAB IV

HASIL PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Uraian pada Bab ini merupakan uraian tentang analisis kesesuaian antara prinsip transaksi jual beli sosial commerce dalam hukum Islam dengan praktik yang terjadi pada situs marketplace facebook. Secara lebih rinci, uraian tersebut meliputi pembahasan tentang praktik transaksi jual beli sosial commerce yang terjadi pada stokis NASA H-3440, serta bentuk-bentuk penerapan prinsip-prinsip transaksi jual beli sosial commerce dalam hukum Islam pada marketplace facebook yang menjadi subjek penelitian.

A. Penerapan Prinsip Hukum Islam dalam Transaksi jual beli sosial commerce Stokis H-3440 PT Natural Nusantara

PT Natural Nusantara (NASA) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi produk pertanian, kesehatan, dan kecantikan berbasis sistem stokis. Salah satu entitas dalam sistem ini adalah Stokis H-3440, yang menggunakan transaksi jual beli sosial commerce dalam operasionalnya. Skripsi ini menganalisis bagaimana prinsip hukum Islam diterapkan dalam transaksi jual beli sosial commerce di stokis tersebut.

1. Prinsip Hukum Islam dalam Transaksi jual beli sosial commerce

Hukum Islam mengatur transaksi perdagangan agar sesuai dengan syariat melalui prinsip-prinsip utama, seperti:

1) Kehalalan Produk

Produk yang diperjualbelikan oleh Stokis NASA H-3440 merupakan produk yang halal dan tidak mengandung unsur haram.

PT Natural Nusantara menyediakan produk yang mayoritas berbasis herbal dan ramah lingkungan. Sertifikasi halal dari MUI menjadi faktor penting dalam memastikan kehalalan produk yang diperjualbelikan.

2) Transparansi dan Keadilan (Al-,Adl wa Al-Ihsan):

Informasi tentang harga, kualitas, dan cara transaksi harus jelas untuk menghindari gharar (ketidakpastian).

Dalam sistem digital, PT NASA dan Stokis H-3440 menggunakan platform digital yang memungkinkan pelanggan melihat harga, spesifikasi, dan testimoni produk sebelum membeli. Hal ini sesuai dengan prinsip transparansi dalam Islam.

3) Larangan Riba:

Keuntungan yang diambil tidak boleh mengandung unsur riba. Transaksi yang dilakukan tidak berbasis bunga atau sistem riba. Jika pembelian dilakukan secara cicilan, penting untuk memastikan tidak ada bunga tambahan yang bertentangan dengan prinsip syariah.

4) Larangan Maisir (Judi) dan Gharar Berlebihan:

Tidak boleh ada unsur spekulasi yang merugikan salah satu pihak. Sistem stokis digital harus memastikan bahwa tidak ada skema yang bersifat spekulatif atau menyerupai perjudian. Kejelasan dalam mekanisme pemesanan, pembayaran, dan pengiriman produk sangat penting untuk menghindari gharar.

5) Akad yang Sahih:

Harus ada kesepakatan (ijab dan qabul) antara penjual dan pembeli yang memenuhi rukun dan syarat sah transaksi.

Dalam transaksi jual beli sosial commerce, akad dapat berbentuk pernyataan tertulis dalam sistem atau melalui persetujuan digital (klik setuju). Selama kedua belah pihak memahami dan menyetujui syarat transaksi, maka akad dianggap sah dalam perspektif hukum Islam.

2. Beberapa tantangan dalam penerapan hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce stokis meliputi:
 - Kurangnya literasi syariah di kalangan distributor
Solusi: Pelatihan reguler mengenai ekonomi Islam.
 - Potensi gharar dalam keterlambatan pengiriman.
Solusi: Menetapkan jangka waktu pengiriman yang jelas dan transparan.
 - Keamanan transaksi jual beli sosial commerce
Solusi: Menggunakan sistem pembayaran yang aman dan transparan untuk menghindari kecurangan.

Penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce Stokis H-3440 PT Natural Nusantara dapat dikatakan cukup sesuai dengan syariah, terutama dalam aspek kehalalan produk, transparansi, dan akad yang sah. Namun, ada beberapa tantangan yang perlu diperhatikan agar tetap sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Oleh karena itu, peningkatan edukasi, kejelasan dalam transaksi, serta perlindungan konsumen berbasis syariah menjadi langkah penting untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce ini.

B. Jual Beli Pada Facebook Marketplace Dalam Perspektif Hukum Islam

Pentingnya akad dalam setiap transaksi jual beli tidak bisa diabaikan. Dalam ekonomi Islam, nilai-nilai dan prinsip dasar jual beli menekankan pentingnya akad sebagai penentu sah tidaknya transaksi. Rukun dan syarat dalam transaksi jual beli Islam menjadi faktor krusial yang harus dipenuhi agar transaksi tersebut dianggap sah dan halal. Tanpa memperhatikan rukun dan syaratnya, transaksi dapat dianggap tidak sah dan haram.

Akad dalam Islam merupakan perjanjian antara dua pihak yang harus memenuhi prinsip kejujuran, keadilan, dan tidak merugikan salah satu pihak. Dalam konteks transaksi jual beli sosial commerce, penggunaan akad jual beli menjadi penting untuk memastikan transaksi berjalan sesuai dengan prinsip syariah.

Stokis NASA H-3440 merupakan distributor resmi produk PT Natural Nusantara (NASA) yang beroperasi secara digital melalui Marketplace Facebook. Dalam praktiknya, stokis NASA H-3440 menggunakan berbagai akad jual beli untuk memastikan transparansi dan kehalalan transaksi. Jumhur ulama berpandangan bahwa rukun akad Assalam ada tiga, yaitu pertama, sighat yang mencakup ijab dan qabul, kedua, pihak yang berakad, orang yang memesan dan yang menerima pesanan, ketiga, objek dari akad yaitu berupa barang dan uang sebagai alat tukar atau pengganti uang barang dan jasa yang ditransaksikan.

Dalam transaksi jual beli, penting untuk menggunakan kata-kata yang menunjukkan tindakan memesan barang, karena salam pada dasarnya merupakan proses jual beli di mana barang yang dipesan belum tersedia. Hanya saja diperbolehkan dengan syarat harus menggunakan kata “memesan” atau salam. Melihat dari kegiatan transaksi jual beli online pada marketplace facebook, maka terkait dengan adanya Sighat atau pernyataan Ijab dan qabul dalam jual beli dalam jual beli online, disini penulis melihat bahwa pernyataan sighat atau ijab dan kabul antara para pihak yaitu antara penjual dan pembeli tidak terlihat dengan jelas atau dilakukan secara langsung, karena keberadaan antara penjual dan pembeli tidak lakukan secara tatap muka, namun menggunakan media perantara yaitu media online yang disediakan oleh marketplace facebook. Tetapi, hal ini tidak otomatis menjadikan proses jual beli ini menjadi gharar (tidak jelas), namun penulis menilai bahwa pernyataan ijab dan kabul dalam jual beli online secara tidak langsung telah terjadi sebelum dan saat proses transaksi jual beli online terjadi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rukun akad Assalam dalam jual beli online melalui media marketplace facebook terkait dengan pelaksanaan shighat atau ijab dan qabul dapat dikatakan Sah atau Shahih artinya telah sesuai dengan Fiqih Muamalah dalam perspektif Akad Assalam.

Dalam persepektif hukum ekonomi Islam atau ekonomi syariah, pelaksanaan akad perjanjian jual beli

dengan pemesanan (bayar dimuka) dengan istilah Assalam. Pengertian Bai" Assalam adalah menjual dan membeli dengan cara melakukan pemesanan terlebih dahulu yang mencantumkan karakteristik atau dimensi barang, sementara pembayaran dilakukan secara langsung atau dengan menjual barang tertentu yang pengirimannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri- cirinya disebutkan dengan jelas dan pembayaran dilakukan terlebih dahulu, sedangkan barang diserahkan dikemudian hari sesuai kesepakatan awal. Bai" Assalam juga di artikan sebagai kegiatan menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda dan pembayaran modal lebih awal.

Beberapa akad yang diterapkan dalam transaksi jual beli sosial commerce stokis NASA H-3440 di Marketplace Facebook antara lain:

1. Bai" Murabahah (Jual Beli dengan Keuntungan Jelas)

Dalam transaksi ini, stokis NASA menjual produk dengan harga yang telah ditetapkan dan keuntungan yang jelas. Pembeli mengetahui harga pokok serta margin keuntungan yang diambil oleh stokis.

2. Bai" Musawamah (Jual Beli tanpa Menyebut Keuntungan)

Dalam transaksi ini, stokis tidak menyebutkan keuntungan yang diperoleh, melainkan hanya menyampaikan harga akhir kepada pembeli.

3. Bai¹ Salam (Pesanan dengan Pembayaran di Muka)

Digunakan ketika pembeli memesan barang yang belum tersedia dalam stok. Pembeli melakukan pembayaran penuh di awal, dan stokis NASA akan mengirimkan barang sesuai waktu yang telah disepakati.

4. Bai² Istishna³ (Pesanan dengan Produksi Khusus)

Diterapkan jika pembeli melakukan pemesanan dalam jumlah besar yang memerlukan produksi lebih lanjut sebelum pengiriman.

5. Akad Wakalah (Perwakilan dalam Pengiriman Barang)

Stokis NASA menyerahkan pengiriman kepada jasa ekspedisi sebagai perwakilan untuk mengantarkan barang kepada pembeli.

6. Akad Hawalah (Alih Utang dalam Pembayaran Pihak Ketiga)

Terjadi ketika pembayaran dilakukan melalui rekening bersama atau platform digital seperti e-wallet yang bertindak sebagai perantara.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti tentang Transaksi jual beli stokis NASA H-3440 di Marketplace

Facebook mengikuti beberapa tahapan: Penawaran Produk: Produk ditawarkan melalui unggahan Marketplace Facebook dengan informasi yang jelas mengenai harga, manfaat, dan cara penggunaan. Kesepakatan Harga dan Akad: Stokis dan pembeli mencapai kesepakatan mengenai harga, metode pembayaran, serta sistem pengiriman. Akad yang sesuai diterapkan berdasarkan jenis transaksi yang dilakukan. Pembayaran : Pembeli melakukan pembayaran melalui transfer bank, e-wallet, atau rekening bersama untuk memastikan transaksi aman dan sesuai syariah. Pengiriman Barang : Stokis NASA mengemas dan mengirim barang menggunakan jasa ekspedisi terpercaya. Resi pengiriman diberikan kepada pembeli sebagai bukti transaksi. Konfirmasi dan Penyelesaian Transaksi : Setelah barang diterima, pembeli mengonfirmasi penerimaan dan transaksi dianggap selesai. Jika terjadi kendala, seperti barang rusak atau tidak sesuai, stokis memberikan solusi sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam.

Berdasarkan analisis terhadap transaksi jual beli sosial commerce stokis NASA H-3440, beberapa poin penting yang menunjukkan kesesuaian dengan prinsip hukum Islam antara lain: Transparansi: Informasi produk, harga, dan mekanisme transaksi dijelaskan secara terbuka. Tidak Ada Unsur Riba: Pembayaran dilakukan secara langsung tanpa adanya bunga atau tambahan yang

tidak sah. Tidak Ada Gharar (Ketidakpastian): Kesepakatan harga, pengiriman, dan pembayaran dilakukan dengan jelas sehingga tidak ada ketidakpastian dalam transaksi. Tidak Ada Maysir (Spekulasi/Judi): Transaksi dilakukan berdasarkan prinsip kesepakatan tanpa unsur perjudian atau spekulasi.

Meskipun transaksi jual beli sosial commerce stokis NASA H-3440 telah berusaha mengikuti akad jual beli syariah, terdapat beberapa tantangan, di antaranya: Kurangnya Pemahaman Pembeli terhadap Akad Syariah. Sebagian besar pembeli masih awam dengan konsep akad jual beli syariah, sehingga edukasi menjadi penting.

Keterbatasan Sistem Marketplace Facebook, Marketplace Facebook tidak memiliki fitur khusus untuk transaksi berbasis syariah, sehingga stokis harus menjelaskan akad secara manual kepada pelanggan. Perubahan Harga dan Ketersediaan Stok: Harga barang bisa berubah akibat faktor eksternal, seperti biaya pengiriman dan stok dari distributor pusat, sehingga perlu negosiasi dalam akad yang fleksibel.

Menggunakan Facebook Marketplace sebagai platform transaksi jual beli sosial commerce untuk stokis NASA H-3440 memiliki kelebihan dalam jangkauan luas dan kemudahan penggunaan. Namun, terdapat beberapa kekurangan utama yang perlu diperhatikan:

- Tidak Ada Sistem Manajemen Stok: Stok harus diperbarui secara manual, meningkatkan risiko over-selling atau under-selling.
- Tidak Ada Fitur Pembayaran Terintegrasi: Transaksi dilakukan melalui transfer bank atau COD, yang berisiko terhadap penipuan dan pembatalan sepihak.
- Tingginya Risiko Penipuan dan Pemalsuan Produk: Banyak oknum yang menjual produk palsu dengan harga lebih murah, merusak citra merek.
- Tidak Ada Perlindungan Transaksi : Jika terjadi masalah (penipuan, barang tidak dikirim, atau barang tidak sesuai), sulit untuk mendapatkan pengembalian dana atau penyelesaian sengketa.

Penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce stokis NASA H-3440 di Marketplace Facebook dapat dilakukan dengan memperhatikan kejelasan akad, kejujuran dalam perdagangan, dan metode pembayaran yang bebas riba. Namun, masih terdapat tantangan berupa risiko penipuan, ketidakpastian akad, dan persaingan dengan produk palsu. Untuk memastikan transaksi yang sesuai dengan syariah, diperlukan edukasi bagi penjual dan pembeli serta pemanfaatan platform yang lebih aman dan terpercaya.

Agar transaksi lebih aman dan profesional, stokis NASA sebaiknya tidak bergantung sepenuhnya pada

Facebook Marketplace, melainkan mengombinasikannya dengan Marketplace besar (Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dll.) yang memiliki sistem pembayaran dan perlindungan transaksi. Ataupun dengan website pribadi atau landing page untuk branding yang lebih kuat dan kontrol penuh atas stok serta sistem pembayaran. Dan bisa juga dengan menggunakan aplikasi whatsapp Business dan Instagram Shopping untuk pemasaran yang lebih langsung dan interaktif.

Dengan kombinasi strategi ini, stokis NASA H-3440 dapat memaksimalkan pemasaran online mereka tanpa bergantung sepenuhnya pada Facebook Marketplace yang memiliki banyak keterbatasan.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli stokis NASA H-3440 di Marketplace Facebook telah memenuhi ketentuan syariah. Berbagai akad jual beli yang digunakan sesuai dengan hukum Islam, serta tingkat kepatuhan terhadap fatwa DSN-MUI tergolong tinggi. Mekanisme transaksi yang transparan, penggunaan akad yang sah, dan tidak adanya unsur riba menjadikan transaksi ini dapat diterima dalam perspektif ekonomi Islam.

Secara spesifik, penerapan akad jual beli dalam transaksi stokis NASA H-3440 di Marketplace Facebook telah mengikuti prinsip-prinsip dasar dalam fiqh muamalah, yaitu adanya ijab dan qabul, kejelasan harga, kesepakatan antara kedua belah pihak, serta transparansi dalam pembayaran dan pengiriman barang. Oleh karena itu, dalam setiap transaksi yang dilakukan harus dijamin tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian), maysir (judi), atau riba (bunga), yang dilarang dalam Islam.

2. Penerapan akad jual beli dalam transaksi stokis NASA H-3440 di Marketplace Facebook telah mengikuti prinsip-prinsip dasar dalam fiqh muamalah, yaitu adanya ijab dan qabul, kejelasan harga, kesepakatan antara kedua belah pihak, serta transparansi dalam pembayaran dan pengiriman barang. Oleh karena itu, dalam setiap transaksi yang dilakukan harus dijamin tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian), maysir (judi), atau riba (bunga), yang dilarang dalam Islam.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kualitas dan kepatuhan transaksi jual beli sosial commerce stokis NASA H-3440 di Marketplace Facebook terhadap hukum Islam:

1. Peningkatan Edukasi Syariah – Stokis NASA disarankan untuk terus mengedukasi konsumen dan penjual mengenai pentingnya transaksi yang sesuai syariah. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan, seminar, atau diskusi online yang membahas tentang akad jual beli dalam Islam serta implikasinya dalam transaksi jual beli sosial commerce.
2. Peningkatan Keamanan Transaksi – Meskipun transaksi jual beli sosial commerce telah sesuai syariah, peningkatan sistem keamanan pembayaran dan pengiriman tetap diperlukan. Salah satu caranya

adalah dengan menggunakan rekening bersama atau platform pembayaran syariah yang telah terverifikasi oleh otoritas keuangan Islam.

3. Kolaborasi dengan Lembaga Syariah – Stokis disarankan untuk bekerja sama dengan lembaga keuangan syariah guna memastikan transaksi tetap sesuai fatwa DSN-MUI. Dengan adanya sertifikasi halal atau jaminan kepatuhan terhadap syariah, kepercayaan pelanggan terhadap transaksi jual beli sosial commerce dapat semakin meningkat.
4. Penguatan Regulasi Internal – Untuk menghindari praktik yang bertentangan dengan prinsip hukum Islam, stokis dapat menetapkan aturan internal yang mengatur mekanisme transaksi secara lebih detail. Misalnya, memastikan bahwa semua akad tercatat secara tertulis dan dapat dikonfirmasi oleh kedua belah pihak.
5. Penggunaan Teknologi dalam Verifikasi Transaksi – Untuk meningkatkan transparansi, stokis dapat menerapkan sistem digital yang memungkinkan pembeli melihat riwayat transaksi, status pengiriman barang, serta proses pembayaran dengan lebih jelas. Hal ini akan mengurangi potensi sengketa dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
6. Penguatan Perlindungan Konsumen – Selain memastikan transaksi sesuai syariah, penting juga untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dengan menyediakan kebijakan pengembalian

barang (return policy) yang adil serta layanan pelanggan yang responsif terhadap keluhan pembeli.

Dengan penerapan saran-saran ini, diharapkan transaksi jual beli sosial commerce stokis NASA H-3440 di Marketplace Facebook dapat terus berkembang dalam koridor syariah dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, Afdhal. 2024. et al. *Sistem Ekonomi Islam*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah
- Akbar, Aly, dan Sucipto, Moch Cahyo. 2018. "Analisis Transaksi Akad Salam Dalam Jual Beli Online." *EKSISBANK: Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*, vol.2, No. 2
- Al-Qurʿan Kemenag Online.2024. Qurʿan dan Terjemahan. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Apriadi, Deni dan Saputra, Arie Yandi. 2017. "E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian." *JURNAL RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, vol.1.2
- Azhar, Basyir Ahmad. 2000. *Asas-asas hukum muamalat (hukum perdata Islam)*. Yogyakarta: UII Press
- Az-Zuhaili, Wahbah.2001. "*Fiqih Islam wa adillatuhu, terj. Abdul Hayyie Al-Kattani, Dkk,*" Jakarta: Gema Insani
- Departemen Agama RI, Al-Qurʿan Dan Terjemahan. 2019. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf AlQurʿan
- Djardin, Helmi,et al. 2022. "*Perlindungan Hukum Terhadap Kurir Dalam Sistem Cash On Delivery.*" TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum, vol. 2, No. 1
- Fadhli, Ashabul. "*Tinjauan Hukum Islam terhadap Penerapan Akad as-salam dalam Transaksi e-commerce.*" Mazahib,
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta : Bumi Aksara
- Hakim, et al. 2024. "Pemanfaatan marketplace Facebook Sebagai Media Pemasaran Online". *Jurnal Strategi Bisnis dan Keuangan*, vol. 5, No. 4
- Hanbal, Iman Ahmad ibn. 1993. *Al-Musnad al-Iman Ahmad ibn Hanbal*. Jilid 4. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah
- Hosen, M. Nadrattuzaman dan Ali, AM Hasan. 2008. *Kamus populer keuangan dan ekonomi syariah*. Jakarta: PKES Publisng
- <https://amartha.com/blog/amarthalink/transaksi-digital-adalah/> di unduh pada tanggal 2 februari 2025

- <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/188/> di unduh pada tanggal 2 februari 2025
- Husna, Siti Asrifatul. Stokis Nasa H-3440, *Wawancara*. Salatiga, 3 februari 2025.
- Jajuli, Sulaeman. 2018. *Ekonomi dalam al-Qur'an*. Yogyakarta: Penerbit Depublish
- Jayanti, Linda, et al. 2016. "Analisa Pola Penyalahgunaan Facebook Sebagai Alat Kejahatan Trafficking Menggunakan Data Mining". *Teknik Informatika*, vol. 8
- Joko. P. Subagyo. 2002. "*Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik/P. Joko Subagyo*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Kasiram, Moh. 2010. "*Metodologi Penelitian: Refleksi Pengembangan Pemahaman Dan Penguasaan Metodologi Penelitian*." Malang: UIN-Maliki Press
- KBBI Online <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/syarat> (diakses pada tanggal 1 februari 2025
- Kepala Mitra PT. Natural Nusantara, Buku Panduan Mitra PT. Natural Nusantara , Tahun 215
- Kharofa, Ala"Eddin. 2007. *Transaksi dalam perundangan Islam*. Selangor Malaysia: Percetakan Warni Sdn Bhd
- Mardalis, Mardalis. 2002. *Metode Penelitian : Suatu Pendekatan Peoposal*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mardani. 2019. *Dr. Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana
- _____. 2015. *Hukum sistem ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Margono. 2002 *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta : Rineka Cipta
- Muslim, Achmad .2018. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Pada Hotel Muslim Kota Kediri."Tulungagung: *Skripsi*, IAIN
- Muttaqin, Zainal. 2011. "Facebook Marketing dalam Komunikasi Pemasaran Modern". *Teknologi*, vol.1 No. 2
- Nahdila, Muhammad. 2023. " Analisis Implementasi Fatwa DSN-MUI Tentang Onlineshop. Jakarta Pusat: skripsi UNUSIA

- Nasrun Haroen. 2007. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama
- Nurhayati, Sri dan Wasilah .2023. *Akuntansi Syariah di Indonesia, edisi 5*. Jakarta : Salemba Empat
- Pekerti, Retno Dyah dan Herwiyanti, Eliada. 2018. “Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi’i”. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, vol.20, No. 2
- Permata,et al. 2024. "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Marketplace". *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol.7.1
- Pramono, Bambang, et al. 2006. “Dampak pembayaran non tunai terhadap perekonomian dan kebijakan moneter. Bank Indonesia
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Qardhawi, Yusuf. 2004. *Peran nilai dan moral dalam perekonomian islam*. Terjemahan Didin Hafiduddin dkk. Jakarta: Robbani Press
- Ramli, Ahmad M. Cyber Law dan HAKI. 2006. *Dalam sistem hukum Indonesia*. Bandung : Sefika Aditama
- Rifaldi. 2019. “Transaksi e-Commerce pada Facebook Marketplace dalam Perspektif Ekonomi Islam”. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Alauddin
- Rizki, Ikhtiar, et al. 2014. "Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus pada Toko Ali Computer)". *Electrician: Jurnal Rekayasa dan Teknologi Elektro*, vol.8, No.1
- Sabiq, Sayyid . 2006. *Fiqh Sunnah Jilid 4*. Jakarta: Pena Pundi Aksara
- Suaidi. 2019. *Ekonomi Islam dalam Al-Qur'an*. Pamekasan: Duta Media Publishing
- Subagyo, P. Joko. 2002. *Metode Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia

- Suhadi. 2015. Mursal Dan. Implementasi Prinsip Islam Dalam Aktivitas Ekonomi: Alternatif Mewujudkan Keseimbangan Hidup. *Jurnal Penelitian*, vol.9.1
- Suharjono, S. E., et al. 2020. *Panduan Penulisan Skripsi dan Tugas Akhir: Politeknik Tunas Pemuda Tangerang*. Scopindo Media Pustaka
- Susiawati, Wati. 2017 “Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian”, *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 8
- Syafe’i, Rahmat. 2006. *Fiqh Muamalah untuk UIN. STAIN, PTANIS, dan Umum*. Bandung: Pustaka Setia
- Syaifullah, Syaifullah. 2014. “Etika Jual Beli Dalam Islam. HUNAFa.” *Jurnal Studia Islamika*, vol.11.2
- Taufik, Muhammad.2024. "*Pengaturan Perlindungan Data Pribadi Dalam E-Commerce Menurut Perspektif Maqashid Syariah (Studi Kasus Marketplace Facebook)*." *Jurnal Studi Hukum Modern*, vol.6.4
- Wahibatul Maghfuroh . 2020. "Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam". *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah (JAS)*, vol.2, No.1
- WIJAYA. 2020. Desy. *Marketplace pedia. Laksana*, Yogyakarta: Laksana
- Yazid, Muhammad. 2014. *Hukum Ekonomi Islam (Fiqh Muamalah)*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press

Lampiran-Lampiran

A. Wawancara Stokis NASA H-3440

Pewawancara (P) : Assalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh. Terimakasih telh bersedia meluangkan waktu untuk wawancara ini. Bisa diperkenalkan terlebih dahulu?

Narasumber (N) : Wa‘alaikumussalamwarahmatullahi wabarakatuh. Terima kasih juga atas kesempatannya. Nama saya Siti Asrifatul Husna, saya merupakan stokis resmi PT Natural Nusantara (NASA) dengan kode H-3440. Saya telah menjalankan bisnis ini secara digital, terutama di Marketplace Facebook, selama kurang lebih dari lima tahun.

P: Baik, bu Asrifatul. Hari ini kita akan membahas mengenai penerapan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce yang Anda lakukan sebagai stokis NASA di Marketplace Facebook. Menurut Anda, apakah prinsip-prinsip hukum Islam itu penting dalam transaksi jual beli sosial commerce?

N: Tentu sangat penting. Dalam Islam, transaksi jual beli harus memenuhi prinsip halal, adil, dan tidak merugikan salah satu pihak. Prinsip ini dikenal dengan muamalah yang mengatur bagaimana kita melakukan perdagangan sesuai dengan ketentuan syariah.

Termasuk dalam transaksi jual beli sosial commerce, kita harus memastikan tidak ada unsur gharar (ketidakpastian), riba (bunga), dan maysir (judi).

P: Bagaimana penerapan prinsip hukum Islam dalam proses penawaran produk yang Anda lakukan di Marketplace Facebook?

N: Dalam penawaran produk, kami selalu memastikan bahwa informasi yang kami berikan kepada calon pembeli jelas, jujur, dan transparan. Ini sesuai dengan prinsip shiddiq (kejujuran) dalam Islam. Kejujuran dalam Deskripsi Produk: Kami mencantumkan informasi produk secara detail, termasuk bahan, manfaat, dan cara penggunaan. Tidak boleh ada informasi yang menyesatkan atau dilebih-lebihkan. Kami juga mencantumkan harga yang jelas agar tidak ada kesalahpahaman. Gambar Produk Asli: Kami menghindari penggunaan gambar yang bukan milik sendiri atau yang tidak sesuai dengan produk sebenarnya. Hal ini untuk menghindari gharar, yaitu ketidakpastian dalam transaksi. Tidak Ada Unsur Penipuan (Tadlis): Jika ada produk dengan stok terbatas atau sedang dalam masa promo, kami menginformasikannya secara jujur kepada pelanggan.

P: Dalam transaksi jual beli sosial commerce Anda di Marketplace Facebook, akad jual beli apa saja yang digunakan?

N: Ada beberapa akad yang kami gunakan sesuai dengan jenis transaksi, di antaranya: Akad Bai" Murabahah (Jual Beli dengan Keuntungan Jelas): Akad ini digunakan dalam transaksi reguler, di mana kami menjual produk dengan harga yang telah ditentukan dan keuntungan yang jelas. Contohnya, kami menawarkan produk pupuk NASA seharga Rp100.000, dan harga ini sudah termasuk keuntungan yang diambil oleh stokis. Akad Bai" Musawamah (Jual Beli Tanpa Menyebut Keuntungan): Kadang dalam transaksi marketplace, kami hanya menyebutkan harga jual tanpa memberi tahu margin keuntungan. Pembeli hanya perlu tahu harga final yang harus dibayar. Akad Bai" Salam (Pesanan dengan Pembayaran di Muka): Digunakan ketika ada pemesanan barang yang belum tersedia dalam stok. Pembeli membayar penuh terlebih dahulu, lalu produk dikirim sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Akad Bai" Istishna" (Pesanan dengan Produksi Khusus): Kadang digunakan untuk pemesanan dalam jumlah besar yang perlu dibuat terlebih dahulu sebelum dikirim. Biasanya terjadi pada

produk NASA tertentu yang harus dipesan dari pabrik terlebih dahulu.

P: Apakah ada akad tambahan yang digunakan selain akad jual beli utama?

N: Ada, terutama dalam hal pengiriman dan pembayaran:
 Akad Wakalah (Perwakilan): Digunakan ketika stokis menunjuk jasa ekspedisi sebagai perwakilan dalam mengantarkan barang ke pembeli. Artinya, setelah barang dikirim, stokis mewakilkan tanggung jawab pengiriman kepada kurir. Akad Hawalah (Alih Utang) Jika pembeli menggunakan sistem pembayaran pihak ketiga seperti ShopeePay atau rekening bersama, berarti terjadi akad hawalah.

P: Bagaimana Anda menangani negosiasi harga dengan pelanggan agar tetap sesuai dengan prinsip Islam?

N: Dalam Islam, negosiasi diperbolehkan selama tidak merugikan salah satu pihak. Kami selalu berusaha untuk bersikap adil dalam menetapkan harga. Jika ada calon pembeli yang menawarkan, kami mempertimbangkan apakah masih dalam batas keuntungan yang wajar. Tidak boleh mematok harga terlalu tinggi yang bisa dikategorikan sebagai ikhtikar (penimbunan dan menaikkan harga secara tidak wajar). Kami juga menghindari sistem harga ganda, di

mana satu pembeli mendapatkan harga berbeda tanpa alasan yang jelas.

P: Dalam hal pembayaran, bagaimana cara Anda memastikan bahwa transaksi tetap sesuai dengan prinsip hukum Islam?

N: Kami menerapkan sistem pembayaran yang halal dan bebas riba. Berikut beberapa cara yang kami lakukan: Menggunakan Sistem Jual Beli Langsung (Bai' Murabahah): Pembayaran dilakukan secara langsung setelah kesepakatan harga. Tidak ada unsur bunga atau penalti keterlambatan, yang bisa masuk dalam kategori riba. Metode Pembayaran yang Diterima: Transfer bank tanpa sistem bunga. E-wallet seperti Dana, OVO, dan ShopeePay dengan akad yang sesuai. Cash on Delivery (COD) untuk pembeli yang ingin membayar langsung saat menerima barang. Tidak Ada Skema Kredit Berbunga. Jika pembeli ingin membeli dalam jumlah besar, kami tidak menawarkan skema kredit berbunga, tetapi bisa memberikan diskon atau cicilan tanpa tambahan bunga.

P: Bagaimana penerapan prinsip hukum Islam dalam sistem pengiriman?

N: Dalam pengiriman, ada beberapa hal yang kami perhatikan agar sesuai dengan syariat: Transparansi

dalam Biaya Pengiriman. Biaya ongkir diinformasikan di awal, sesuai dengan tarif ekspedisi yang digunakan. Tidak ada biaya tersembunyi yang bisa merugikan pembeli. Jaminan Pengiriman (Amanah dalam Muamalah) Kami memastikan barang dikemas dengan baik agar tidak rusak dalam perjalanan. Jika ada keterlambatan dari pihak ekspedisi, kami tetap berkomunikasi dengan pembeli untuk memberikan solusi. Garansi Jika Ada Kesalahan Pengiriman. Jika terjadi kesalahan, misalnya produk yang dikirim tidak sesuai, kami bertanggung jawab penuh untuk menggantinya atau mengembalikan uang pembeli.

P: Apakah ada tantangan dalam menerapkan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce?

N: Tentu ada. Beberapa tantangan yang sering kami hadapi antara lain: Persaingan dengan Penjual yang Tidak Jujur. Banyak penjual yang menawarkan produk dengan harga murah tetapi kualitasnya tidak sesuai. Kadang, ada juga yang menggunakan strategi pemasaran tidak jujur, seperti memalsukan testimoni pelanggan. Kesalahpahaman dengan Pembeli Tidak semua pembeli memahami konsep jual beli syariah, sehingga kadang terjadi miskomunikasi. Masalah

dalam Sistem Pembayaran: Beberapa metode pembayaran digital memiliki skema yang tidak sepenuhnya sesuai dengan prinsip Islam, sehingga kami harus selektif dalam memilih metode yang halal.

P: Terakhir, bagaimana harapan Anda terhadap perkembangan transaksi jual beli sosial commerce berbasis syariah di Indonesia?

N: Saya berharap semakin banyak pelaku usaha yang menerapkan prinsip hukum Islam dalam transaksi jual beli sosial commerce. Dengan begitu, perdagangan bisa lebih adil, transparan, dan berkah. Selain itu, saya berharap ada lebih banyak platform marketplace yang menyediakan fitur transaksi sesuai syariah, misalnya rekening bersama berbasis akad syariah.

P: Terima kasih banyak atas waktu dan wawasan yang telah diberikan, Pak Ahmad. Semoga bisnis yang dijalankan semakin berkembang dan mendapat berkah.

N: Aamiin, terima kasih juga. Semoga wawancara ini bisa bermanfaat bagi banyak orang.

B. DOKUMENTASI



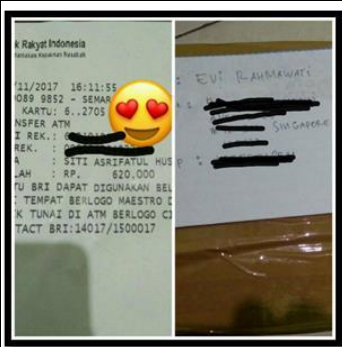
Foto saat sesi wawancara



Sertifikat Stokis NASA H-3440



Contoh Pemasaran di facebook



Contoh Transaksi via M-banking



Contoh Transaksi COD

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Naila Umi Khanifah
 Tempat/Tanggal Lahir : Demak, 11 Agustus 1999
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Alamat Asal : Desa Tlogorejo, RT 01/ RW
 13, Kec. Karangawen, Kab.
 Demak
 No. Hp : 085712033612
 E-mail : nailaumi08@gmail.com
 Jenjang Pendidikan Formal :
 1. SD N Tlogorejo 2 (2006-2012)
 2. MTs Asy-Syarifah Brumbung Mranggen
 Demak (2012-2015)
 3. MAN 1 Kota Semarang (2015-2018)
 4. Universitas Islam Negeri Walisongo
 Semarang (2018-sekarang)

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar- benarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 12 Maret 2025



Naila Umi Khanifah

1802036036

