

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tentu saja masih membutuhkan interaksi antar sesama makhluk sosial lainnya. Dalam interaksinya mereka akan saling membutuhkan satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan hal ini suatu bentuk yang terjadi salah satunya yaitu jual beli, dengan semakin berkembangnya zaman manusia akan terus melakukan pembaruan atau inovasi dalam mempermudah memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu contohnya seperti jual beli *online* atau jual beli melalui media sosial yang hanya bermodalkan *smartphone*, kuota internet dan aplikasi media sosial tentunya.

Masa pandemi covid-19 saat ini menimbulkan dampak ke berbagai sektor kehidupan, termasuk perekonomian dan bisnis. Meskipun disisi lain perekonomian melemah, ada pula perekonomian yang mengalami peningkatan.¹ Dengan ada peraturan PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Bersekala Besar dengan maksud untuk mengurangi persebaran covid-19 diharuskan masyarakat untuk tetap dirumah jika tidak ada kepentingan yang mendesak.² Banyak pusat perbelanjaan yang diharuskan tutup karena bisa berdampak menimbulkan kerumunan. Adanya peraturan tersebut membuat masyarakat lebih menyukai belanja *online* melalui *handphone* yang dapat diakses dirumah.

¹ Sandra Ayu, Ahmad Lahmi, Peran *E-commerce* Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19, *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol. 9, No. 2, 2020, 115.

² Wan Laura Hardilawati, Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19, *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol, 10, No. 1, 2020, 90.

Banyak lapak penjualan atau strategi pemasaran dengan mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat, seperti saat ini semakin maraknya penjualan di media sosial yang digunakan oleh kalangan masyarakat, salah satu contohnya adalah penjualan menggunakan media instagram yang jangkauannya luas dan praktis. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan para pengguna dapat mengambil foto atau video, menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke jejaring sosial. Hal ini yang dimanfaatkan menjadi *online shop*.³ Fungsi utama dari media sosial instagram yaitu sebagai sarana pengenalan identitas, sebagai pengenalan/ promosi produk, dan juga digunakan untuk mendapatkan pencitraan. Caranya cukup mudah hanya dengan *upload* foto dengan memanfaatkan fitur di dalamnya. Bukan hanya itu saja membuat *hashtag* bisa memancing para konsumen untuk membeli sebuah produk yang dipasarkan. Dalam menarik konsumen para penjual *online* melakukan banyak cara yakni dengan melakukan *gift away*, *discount*, *voucer* dan masih banyak lagi.

Cara pemesanannyapun cukup mudah tinggal mengambil gambar yang kita inginkan kemudian menghubungi kontak penjual lalu akan diarahkan untuk mengisi form yang biasanya berisikan nama, kode barang yang di inginkan, nomor handphone, alamat, rekening penjual untuk pembayaran, apabila sudah di isi dan sudah melakukan transaksi pembayaran dengan menunjukkan bukti pembayaran melalui foto, pesanan tersebut akan diproses oleh penjual dan akan diinfokan lagi nomor resi nya oleh penjual.

³ Ronald Sukwadi, MM Wahyu Inderawati, Maria Yemima Indah, Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Online Shop Instagram, *Jurnal Metris*, 17, 2016, 123

Jual beli *online* melalui Instagram tidak semudah apa yang dibayangkan. Berbeda dengan ketika berbelanja secara langsung, konsumen dapat melihat secara langsung baik buruknya kualitas barang tersebut. Jika di bandingkan dengan berbelanja melalui Instagram, para konsumen hanya akan melihat foto atau video produk tanpa mengetahui kualitas barangnya secara langsung.⁴ Disisi lain jual beli *online* melauai instagram memberikan kenyamanan dan kesenangan tersendiri kepada konsumen yang membuat konsumen mendapatkan barang dan jasa dengan harga yang murah atau rendah, selain itu Instagram dapat dijangkau oleh banyak orang.

Barang dan jasa yang ditawarkan di jual beli *online* pun sangat beragam, di Indonesia saat ini semakin maraknya *trend fashion* baju bekas, apalagi di tahun 2020 semakin bertambah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, nilai impor pakaian bekas telah mencapai US\$493.000 atau setara dengan Rp. 7,1 miliar (kurs Rp. 14.500), dan akan diprediksi pada tahun 2028 mendatang akan semakin berkembang dibandingkan *fast fashion* (model fashion yang terus bergantian tahan lama). Kondisi ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya, karena harganya murah, serta tergiur dengan merek pakaian yang terkenal, maupun pengaruh iklan, dan lain sebagainya.⁵

Baju bekas ditawarkan secara *online* dengan harga ekonomis dengan ketentuan barang yang dijual harus sesuai dengan yang ditawarkan pada toko *online* tersebut agar tidak ada yang dirugikan dari pihak pembeli. Akan tetapi

⁴ *Ibid.*, 124.

⁵ Taufiq Hidayatullah, Thrifthing Shop, jual beli barang seken yang lagi digandrungi. Diakses melalui <https://amp.lokadata.id/amp/thrifting-shop-jual-beli-barang-seken-yang-lagi-digandrungi-milenial>. Pada 27 November 2021 pukul 21.00 wib.

terdapat akun-akun jual beli baju bekas yang ada di Instagram melakukan praktik jual beli yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Ada beberapa oknum penjual *online* di Instagram yang memiliki ketidakjelasan dalam pelaksanaannya, seperti jual beli yang dilakukan, kualitas pakaian, bentuk asli pakaian dan kondisi pakaian yang akan dijualnya. Ketidakjelasan ini yang akan dikhawatirkan menjadi sesuatu yang *gharār*.

Jual beli sendiri merupakan kegiatan tukar menukar harta benda yang memiliki manfaat, dimana pihak yang melakukan jual beli harus saling rela tanpa adanya paksaan. Dalam melakukan transaksi jual beli diharuskan telah memenuhi unsur-unsur yang telah ditetapkan *syara'* seperti rukun jual beli, syarat-syarat jual beli dan lain-lain yang berkaitan dengan jual beli. Jika rukun dan syarat jual beli tidak terpenuhi maka jual beli tersebut tidak sah.

Praktik pelaksanaan jual beli baju bekas pada media sosial instagram yang dilakukan oleh penjual baju bekas dan pembeli memiliki resiko yang harus ditanggung karena jual beli tersebut pembeli tidak mengetahui dan melihat langsung baju yang dijual, sehingga apabila terdapat kerusakan atau kecacatan yang diterima oleh pembeli dapat mengakibatkan kerugian kepada salah satu pihak.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti **“Praktik Pertanggungjawaban Jual Beli Baju Bekas di Media Sosial Instagram dalam Pandangan Fiqh Mu’amalah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen”** untuk memperoleh jawaban dari permasalahan tersebut.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Praktik Jual Beli Baju Bekas di Media Sosial Instagram?
2. Bagaimana Bentuk Pertanggungjawaban Jual Beli Baju Bekas Di Media Sosial Instagram dalam Pandangan Fiqh Mu'amalah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui Praktik Jual Beli Baju Bekas di Media Sosial Instagram.
- b. Untuk mengetahui pandangan Fiqh Mu'amalah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Baju Bekas di Media Sosial Instagram.

2. Manfaat Penelitian

- a. Mengetahui Jual Beli Bnju Bekas di Media Sosial Instagram.
- b. Mengetahui Bentuk Pertanggungjawaban Jual Beli Baju Bekas di Media Sosial Instagram dalam Pandangan Fiqh Mu'amalah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan kajian yang telah penulis lakukan terhadap kepustakaan, maka penulis dapat membandingkan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya seperti:

1. Skripsi Nur Ahmad Awaluddin yang berjudul "*Sistem Jual Beli Baju Bekas Dalam Karung Prespektif Ekonomi Islam*" (Studi Pedagang Pasar Borong Kota Makassar) tahun 2018. Dalam skripsi tersebut menjelaskan tentang bagaimana praktik jual beli pakaian bekas yang dilakukan di pasar Borong

Kota Makassar ditinjau dari ekonomi Islam. Di penelitian ini praktik jual beli pakaian bekas dengan sistem karungan dilakukan antara agen dengan penjual, dimana penjual memberi pakaian bekas di agen dengan karungan kemudian penjual menjual lagi pakaian bekasnya dengan sistem satuan atau eceran. Pemesanan melalui sistem kode sehingga tidak dapat diketahui kondisi pakaian tersebut dan menimbulkan unsur ketidakjelasan pada barang⁶. Perbedaan yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada objek dan topik permasalahan yang dikaji. Skripsi Nur Ahmad Awaluddin membahas sistem jual beli baju bekas dalam karung yang dilakukan oleh agen dengan penjual dimana dalam sistem pemesanan dilakukan dengan kode sehingga tidak dapat diketahui kondisi pakaian tersebut, dan topik permasalahannya terletak pada penjual membeli pakaian bekas di agen dengan sistem karungan kemudian dijual lagi dengan sistem eceran. Sedangkan yang akan dijadikan objek pembahasan oleh penulis yaitu praktik pertanggung jawaban jual beli baju bekas di media sosial instagram. Topik permasalahannya yaitu pertanggungjawaban jual beli baju bekas di media sosial Instagram oleh penjual.

2. Skripsi Nur Awalia yang berjudul *“Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas Di Pasar Sumpang Kota Parepare”* tahun 2019. Dalam skripsi tersebut menjelaskan tentang minat konsumen dalam memilih pakaian bekas dan faktor-apa saja yang mempengaruhi daya minat konsumen dalam

⁶ Nur Ahmad Awaluddin, *Sistem Jual Beli Baju Bekas Dalam Karung Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018.

membeli pakaian bekas⁷. Perbedaan dengan peneliti dengan yang akan dilakukan penulis pada objek penelitian dan dan topik permasalahan yang dikaji. Skripsi Nur Awalia objek penelitiannya yaitu tentang minat konsumen dalam memilih pakaian bekas di pasar Sumpang kota Parepare. Topik yang dikaji yaitu mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi daya minat konsumen dalam membeli pakaian bekas. Sedangkan yang dijadikan objek pembahasan oleh penulis yaitu praktik pertanggungjawaban jual beli baju bekas di media sosial Instagram. Topik permasalahannya yaitu pertanggungjawaban jual beli baju bekas di media sosial Instagram oleh penjual.

3. Skripsi Fadhamiatus Sulaizah dengan judul *“Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen dalam Praktek Jual Beli Baju Bekas di Pasar Gembong Surabaya”* tahun 2019. Dimana dalam skripsi tersebut menjelaskan tentang jual beli baju bekas dengan sistem karungan di pasar Gembong Surabaya dan adanya unsur ketidak jelasan pada barang yang mengakibatkan kerugian bagi salah satu pihak. Pedagang baju bekas di pasar Gembong Surabaya mereka tidak menghiraukan kondisi barang yang akan di jual sehingga kualitas dan mutunya tidak terjamin. Dan dengan adanya sistem borongan yang mengakibatkan pembeli tidak bisa melihat lebih jelas kondisi barangnya, sehingga dapat menimbulkan dampak yang akan dirasakan oleh

⁷ Nur Awalia, *Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas Di Pasar Sumpang Kota Parepare (Konsentrasi Hukum Ekonomi Islam)*, Skripsi Program Stidi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2019.

salah satu pihak terutama pembeli⁸. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis yakni pada objek dan topik permasalahan yang dikaji. Skripsi Fadhamiatus Sulaizah objek penelitiannya yakni praktik jual beli baju bekas di pasar Gembong Surabaya. Dimana dalam topik permasalahannya yaitu tinjauan hukum Islam dan hukum perlindungan konsumen dalam jual beli baju bekas dengan sistem karungan yang mengakibatkan kerugian bagi salah satu pihak. Sedangkan yang akan dijadikan objek pembahasan oleh penulis yaitu praktik pertanggungjawaban jual beli baju bekas di media sosial Instagram. Topik permasalahannya yaitu pertanggungjawaban jual beli baju bekas di media sosial Instagram oleh penjual.

E. Sistematik Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca dalam pembahasan skripsi ini, peneliti paparkan sistematika pembahasan skripsi sebagai berikut:

BAB I (Pendahuluan):

Berisi pendahuluan sebagai pengantar skripsi, terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II (Landasan Teori):

Berisi mengenai penjelasan teori-teori yang digunakan dalam penelitian, mencakup topik pembahasan mengenai praktik pertanggungjawaban jual beli baju

⁸ Fadhamiatus Sulaizah, *Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Praktek Jual Beli Baju Bekas Di Pasar Gembong Surabaya*, Skripsi Program Studi Hukum Bisnis Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura, 2019.

bekas di media sosial Instagram dalam pandangan fiqh mu'amalah dan undang-undang perlindungan konsumen.

BAB III (Metode Penelitian):

Berisi mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti sebagai bahan dalam penyusunan skripsi, meliputi jenis penelitian, objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV (Hasil Penelitian):

Berisi hasil penelitian dan analisis yang didapat dari sebuah penelitian.

BAB V (Penutup):

Berisi kesimpulan hasil penelitian dan diakhiri dengan saran-saran.

