

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia memerlukan kebersamaan dalam hidupnya agar dapat saling berbagi dan memperoleh manfaat satu sama lain. Pada konteks tersebut dalam bermasyarakat, manusia membutuhkan bantuan satu sama lain guna menjaga keberlangsungan hidup bermasyarakat. Sebagai contoh ketika melakukan transaksi jual beli. Jual beli adalah aktivitas pertukaran barang, jasa, atau keduanya yang dilakukan atas dasar kesepakatan bersama tanpa adanya unsur paksaan. Dalam kaidah fikih dijelaskan bahwasanya hukum jual beli pada hakikatnya ialah mubah, selama tidak ada dalil yang menyatakan bahwasanya hal tersebut haram. Selama jual beli dilakukan atas dasar sukarela dan tidak ada pemaksaan antara kedua pihak, hal ini memberi kebebasan pada kedua pihak untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi tersebut. Salah satu prinsip jual beli ialah menghadirkan kebermanfaatan dan menghindari hal-hal yang merugikan, yang artinya memberikan pemahaman kepada pihak yang melaksanakan transaksi jual beli agar menghindari perilaku yang sia-sia serta mubadzir.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan jual beli tidak luput dari hal-hal yang tidak diinginkan, utamanya terhadap pihak pembeli atau

konsumen. Contohnya, pihak konsumen dirugikan karena penjual selaku pelaku usaha dalam melakukan penjualan barangnya tidak jujur dan juga menipu. Karena hal tersebut, maka disahkanlah undang-undang perlindungan konsumen. Tidak banyak masyarakat Indonesia yang paham akan urgensi hukum perlindungan konsumen dalam jual beli.¹ Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, masyarakat semakin mudah dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Perkembangan teknologi telekomunikasi, komputer, dan informasi telah mencapai tingkat yang sangat maju, sehingga berbagai aplikasi yang terkait dengannya telah terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari.² Kemajuan teknologi tersebut membawa perubahan signifikan terhadap pola kehidupan masyarakat, di mana berbagai hambatan atau keterbatasan yang sebelumnya menjadi kendala utama kini dapat diminimalkan bahkan dihilangkan.³ Salah satu wujud kemudahan yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi adalah pelaksanaan transaksi jual beli yang dapat dilakukan secara daring (*online*).⁴ Jual beli online dapat didefinisikan sebagai kegiatan transaksi barang dan jasa yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya melalui jaringan internet. Dalam praktiknya, jual beli online tidak hanya menawarkan barang atau jasa yang bersifat

¹ Puteri Asyifa, Octavia Apandy, Melawati, and Panji Adam, "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli," *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta* Vol 3 No.1 (2021), 12-18.

² Reza Mulyasti, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Aplikasi Canva Pro Premium Di Akun Instagram" (Padang: Universitas Bung Hatta, 2022), 1.

³ *Ibid.*

⁴ Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli *Online (Online Shop)* Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 3, No. 1 (2017), 52.

primer dan sekunder, tetapi juga mencakup barang atau jasa tersier, salah satunya adalah penjualan layanan Canva Premium yang dimanfaatkan untuk keperluan pengeditan dan desain.

Canva adalah aplikasi desain grafis yang dimanfaatkan untuk pembuatan berbagai konten visual, seperti grafis media sosial, presentasi, poster, dokumen, serta bentuk visual lainnya. Aplikasi ini juga menyediakan beragam templat desain yang dapat dijadikan referensi oleh pengguna.⁵ Canva menawarkan dua jenis layanan, yaitu layanan gratis dan layanan berbayar. Adapun layanan berbayar terbagi menjadi dua kategori, yakni Canva Pro dan Canva for Enterprise.⁶ Canva Premium diperjualbelikan untuk kebutuhan *editing* dan desain yang sangat efisien dalam segi harga dan dalam penggunaannya dan juga tidak terlalu banyak memakai penyimpanan internal selular, laptop maupun komputer. Selain itu, aplikasi Canva dapat diakses melalui perangkat seluler maupun melalui laman web. Penawaran dan penjualan layanan Canva Premium banyak dijumpai pada berbagai platform, seperti aplikasi marketplace serta media sosial, salah satunya Instagram.

Instagram merupakan platform jejaring sosial berbasis berbagi foto dan video yang berada di bawah naungan perusahaan

⁵ Craft, "No Title," accessed July 4, 2024, <https://craft.co/canva>.

⁶ Dominick Reuter, "How Much It Costs: Pro, \$120/Year per User; Enterprise, \$360/Year per User; Free and Discounted Accounts Available for Nonprofits and Educators," Bussiness Insider, accessed July 4, 2024, <https://www.cnbc.com/2020/01/10/canva-ceo-melanie-perkins-unicorn-founders-advice-for-entrepreneurs.html>.

Amerika, Meta Platforms. Aplikasi ini memiliki lebih dari 5 miliar pengguna yang tersebar di berbagai belahan dunia. Instagram memungkinkan penggunanya untuk mengunggah konten visual yang dapat disunting menggunakan filter, serta dilengkapi dengan penggunaan tagar dan penandaan lokasi geografis. Sebagai media promosi, Instagram memiliki keunggulan dibandingkan platform media sosial lainnya karena menitikberatkan pada komunikasi visual, sehingga dinilai efektif dalam mendukung kegiatan pemasaran produk dan jasa. Selain itu, besarnya jumlah pengguna dan tingginya tingkat pertumbuhan menjadikan platform ini mampu menciptakan keterlibatan pengguna yang tinggi. Instagram juga membantu pelaku usaha dalam menekan biaya branding, mengingat platform ini dapat dimanfaatkan secara gratis, termasuk untuk kepentingan komersial.

Dalam perspektif Islam, praktik jual beli secara daring diperbolehkan sepanjang telah memenuhi rukun dan syarat jual beli serta ketentuan lain yang berkaitan dengannya.⁷ Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 24 Tahun 2017 menegaskan bahwa aktivitas bermuamalah melalui media sosial harus dilaksanakan tanpa melanggar ketentuan syariat

⁷ Salma Nada Firdauzy and Mohamad Ali Hisyam, "Tinjauan UU No 8 Tahun 1999 Dan Fatwa MUI No.26 Tahun 2013 Terhadap Bisnis Kosmetik Halal Di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan," *Jurnal Kaffa Vol. 1 No.1* (2022), 1-14.

Islam maupun peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁸ Menurut Dr. Oni Syahroni, anggota DSN MUI, transaksi jual beli online hukumnya diperbolehkan dengan beberapa persyaratan, antara lain objek yang diperjualbelikan merupakan barang yang halal dan memiliki spesifikasi yang jelas, barang tersebut termasuk kebutuhan dan tidak mengandung unsur pemborosan (*tabdhīr*), pembeli memiliki hak untuk melanjutkan atau membatalkan akad apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan, serta mekanisme jual beli online tersebut telah sesuai dengan skema jual beli yang dibenarkan dalam Islam.⁹

Dengan adanya penjelasan melalui uraian diatas, maka penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana jual beli Canva Premium melalui media sosial Instagram ditinjau dari pandangan Fikih Muamalah dan UU Perlindungan Konsumen.

B. Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian pada latar belakang yang telah dijelaskan bahwa jual beli Canva Premium melalui media sosial Instagram terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi, antara lain sebagai berikut:

⁸ Majelis Ulama Indonesia, Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial (Jakarta, 2017).

⁹ Friska Yolanda, "Konsultasi Syariah: Fikih Belanja Online" 2018, <https://ekonomi.republika.co.id/berita/pg8ieo370/konsultasi-syariah-fikih-belanja-online>.

1. Kesesuaian syarat dan rukun pada jual beli Canva Premium melalui media sosial Instagram dengan Fikih Muamalah.
2. Pertanggung jawaban penjual Canva Premium terhadap konsumen.
3. Pemenuhan hak-hak konsumen dalam melakukan transaksi jual beli.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik jual beli Canva Premium melalui media sosial Instagram?
2. Bagaimana pandangan Fikih Muamalah dan UU Perlindungan Konsumen terhadap jual beli Canva Premium?

D. Batasan Masalah

Penelitian ini membahas tentang jual beli Canva Premium melalui media sosial Instagram pada akun @jualcanvapro, @beli_canvapro, dan @tokocanvapro.id dalam perspektif Fikih Muamalah terkait syarat sah jual beli, yakni harus memenuhi rukun dan syarat jual beli serta apakah sudah menerapkan UU Perlindungan Konsumen, khususnya pada Pasal 4, Pasal 7, dan Pasal 8.

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan dan manfaat sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui praktik jual beli Canva Premium melalui media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Fikih Muamalah dan UU Perlindungan Konsumen terhadap jual beli Canva Premium.

F. Manfaat Penelitian

1. Sebagai rujukan dan tambahan ilmu pengetahuan dalam mengetahui jual beli Canva Premium melalui media sosial Instagram dalam perspektif Fikih Muamalah dan UU Perlindungan Konsumen.
2. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat di kalangan akademisi, pelajar, masyarakat dan peneliti lainnya sebagai bahan referensi dalam mencari suatu informasi tentang jual beli Canva Premium.

G. Kajian Pustaka

Dijelaskan bahwa kajian pustakan merupakan deskripsi ringkas yang mana penelitian atau suatu kajian yang telah dilakukan mengenai masalah yang akan diteliti. Agar penelitian mendapatkan hasil yang maksimal sekaligus mempermudah dalam proses penelitian. Peneliti menemukan beberapa kepenulisan skripsi dan jurnal sebelumnya untuk mendukung pembahasan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Skripsi Siska Putri Utami yang berjudul *“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Preset Lightroom Di Akun Instagram @ruangterang_id”*, Tahun 2021. Skripsi ini membahas tentang etika bisnis Islam dalam jual beli Preset Lightroom pada akun Instagram @ruangterang_id. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah, Pertama, penelitian ini membahas terkait etika bisnis Islam. Sedangkan, penelitian yang akan dilaksanakan berfokus pada tinjauan fikih muamalah dan UU Perlindungan Konsumen pada jual beli Canva Premium. Kedua, aplikasi pada yang digunakan untuk penelitian berbeda, pada skripsi tersebut sampel yang digunakan merupakan aplikasi Lightroom. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan aplikasi Canva.
2. Skripsi Reza Mulyasti dengan judul *“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Aplikasi Canva Pro Premium Di Akun Instagram”*, Tahun 2022. Skripsi tersebut menjelaskan terkait perlindungan konsumen terhadap jual beli Canva Pro Premium. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan, ialah, Pertama, penelitian tersebut hanya berfokus pada satu rumusan masalah, yaitu tentang perlindungan konsumen. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan berfokus pada dua rumusan masalah, yaitu pandangan fikih muamalah dan UU Perlindungan Konsumen. Kedua, objek

penelitian tersebut berfokus pada satu objek penelitian. Sedangkan, penelitian yang akan dilakukan berfokus pada lebih dari satu objek penelitian.

3. Skripsi Reza Duwi Andini dengan judul “*Jual Beli Canva Pro Premium Di Twitter Perspektif Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 dan Hukum Ekonomi Syariah*”, Tahun 2022. Penelitian diatas membahas terkait pandangan hukum ekonomi syariah dan Undang-undang nomor 28 tahun 2014 tentang praktik jual beli Canva Pro Premium di Twitter. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan, ialah, pertama, aplikasi yang digunakan pada penelitian tersebut adalah aplikasi Twitter. Sedangkan, pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan subjek aplikasi Instagram. Kedua, Undang-undang yang digunakan berbeda dengan yang akan digunakan oleh peneliti.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan kemudahan bagi pembaca dalam memahami isi skripsi ini, penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bab I (Pendahuluan)

Bab ini merupakan bab pertama yang merupakan garis besar dari keseluruhan pola pikir dan dituangkan dalam hal yang lebih mudah dipahami. Pendahuluan berisi latar belakang,

identifikasi masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan dalam penelitian.

2. Bab II (Landasan Teori)

Bab ini merupakan bab yang berisikan penjelasan teori. Dalam bab ini teori tentang jual beli Canva Premium akan diuraikan. Bab ini terdiri dari beberapa pembahasan, yaitu pengertian fikih muamalah, pengertian jual beli, pengertian Canva Premium, pertanggung jawaban penjual Canva Premium terhadap konsumen dalam perspektif UU Perlindungan Konsumen.

3. Bab III (Metode Penelitian)

Bab ketiga berisikan tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, dimana bab ini juga menjelaskan terkait dengan metode pengkajian masalah data terkait penelitian, isi diantaranya ialah: jenis penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, metode pendekatan dan metode analisis data yang digunakan.

4. Bab IV (Hasil Penelitian)

Bab keempat berisi penjelasan atau pemaparan mengenai penelitian yang telah ditemukan peneliti di lapangan dan membahas keseluruhan dari penelitian tersebut. Dalam bab ini

akan membahas hasil dari analisa penelitian tentang jual beli Canva Premium pada media sosial Instagram dalam perspektif fikih muamalah dan UU perlindungan konsumen.

5. Bab V (Penutup)

Bab kelima dalam penelitian yang merupakan bab terakhir dan akan menjadi penutup dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan kumpulan pembahasan yang dirangkum secara singkat dan dikemas secara rapi, sedangkan saran ialah berupa lampiran khusus yang digunakan untuk penelitian selanjutnya guna menambah dan mendapatkan suatu yang lebih baik kedepannya. Diharapkan dari kesimpulan dan saran dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan pemahaman secara singkat, padat dan jelas.