

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jual beli merupakan kegiatan bertransaksi antara penjual dan pembeli untuk saling memenuhi kebutuhan hidupnya. Tanpa mengenal usia, budaya bahkan zaman, jual beli sudah dilakukan sejak zaman dahulu. Dalam islam, jual beli merupakan kegiatan yang diperbolehkan apabila memenuhi syarat – syarat yang sudah ditentukan oleh syariat islam itu sendiri. Pesatnya perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan sangat berpengaruh ke berbagai aspek salah satunya adalah dalam transaksi jual beli.

Menurut Redaksi Muhammadiyah (2020) jual beli juga merupakan proses *al-taghayyur al-milikiyah* (perubahan kepemilikan) dari pemilik sebelumnya yang dalam hal ini adalah penjual kepada pemilik yang baru yakni pembeli. Hal tersebut sudah dengan jelas disebutkan bahwa jual beli yang benar menurut syariat adalah jual beli yang dilakukan tanpa diikat oleh syarat tertentu seperti menjual kembali kepada pemilik lama ataupun dibeli dengan jangka waktu tertentu.

Jual beli merupakan sebuah kegiatan yang sudah dilakukan sejak lama, bahkan sebelum terciptanya mata uang jual beli sudah dilakukan dengan cara menukarkan barang yang bernilai sama dengan tujuan untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Berubah dan berkembangnya teknologi dan peradaban menjadikan jual beli yang diterapkan oleh masyarakat sekarang menjadi berbeda dengan masyarakat zaman dahulu (Khulwah J, 2019).

Sifat manusia yang penuh akan rasa kurang membuat segala sesuatu yang tidak mungkin menjadi masuk akal. Rasa haus akan pengetahuan dan inovasi, memimpin kita semua menuju era modern dengan menjadikan segala sesuatu mudah didapat dan dimiliki. Berkembangnya zaman dan majunya teknologi yang dilakukan demi memenuhi keinginan dan kebutuhan manusia mengarahkan pada perubahan dari segala aspek tanpa kecuali, dan tidak akan pernah berhenti

hingga akhir zaman. Berubah dan berkembangnya zaman pun mempengaruhi sikap dan perilaku manusia dalam bersosial, bermasyarakat, hingga bertransaksi.

Perubahan yang sangat signifikan dalam kehidupan manusia yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi adalah dalam hal bertransaksi jual beli yang kini dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, yang mana mempermudah segala urusan manusia modern dalam mencapai tujuan hidupnya. Jual beli yang terjadi pada era modern seperti sekarang ini telah berubah banyak sejak ditemukannya internet. Sarana internet menjadikan jual beli sangat bervariasi dan berkembang, karena masyarakat modern tidak perlu datang langsung untuk mendapatkan sesuatu. Internet menjadikan segala transaksi menjadi lebih mudah dikarenakan masyarakat dapat berkomunikasi, melihat, bahkan membayar tanpa harus bertemu penjual secara langsung, hal tersebut menjadikan internet sebagai sarana jual beli yang efektif dan efisien (Syahputra R, 2019).

Penjual atau penggiat UMKM kecil dengan mudahnya memasarkan dagangan mereka di internet dan dapat dijangkau oleh ratusan bahkan jutaan pengguna internet lainnya. Menurut World Bank (2020) dari 276 juta total populasi penduduk, ada 54% pengguna internet aktif di Indonesia, dan akan terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu. Hal ini menunjukkan sarana internet menjadi pilihan prioritas bagi para penjual dalam mempromosikan dan memasarkan dagangan mereka. Jutaan pasang mata yang siap membeli suatu barang demi memenuhi kebutuhan hidupnya menjadikan ladang yang sangat potensial bagi para pengusaha dalam melakukan *supply*, dan memudahkan para penjual dalam memasarkan dagangan mereka tanpa perlu menunggu pembeli lewat seperti yang dialami jika mereka hanya berjualan secara *offline*.

Sama halnya dengan penjual, pembeli yang membutuhkan sesuatu untuk dibeli dan didapatkan memiliki beragam varian pilihan barang yang akan dibeli tersebut. Mulai dari yang terdekat, terlengkap, maupun yang paling murah. Berbagai macam opsi yang tersebar di internet membuat pembeli semakin leluasa dan dimudahkan dalam mencari sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Tak heran jika internet dan *social media* menjadi pusat perhatian

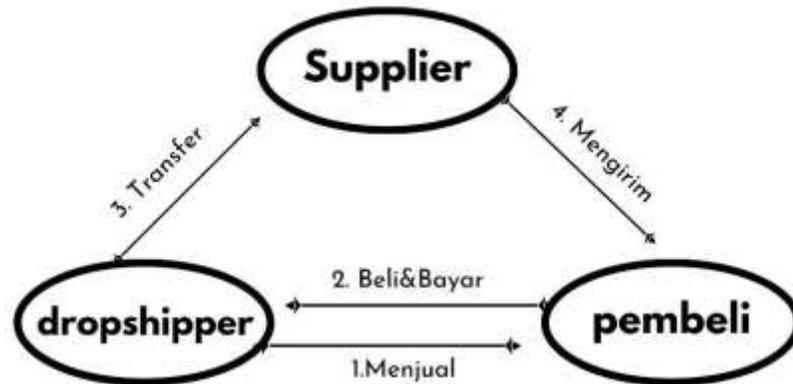
bahkan sudah menjadi kebutuhan bagi hampir seluruh elemen masyarakat di dunia.

Mendekatkan sesuatu yang terasa jauh dan memudahkan sesuatu yang sulit didapat, semuanya dilakukan oleh umat manusia melalui internet demi memenuhi kebutuhan hidupnya. Internet dan jejaring social yang sudah sedemikian rupa mengubah proses transaksi jual beli masyarakat era modern menjadikan tantangan tersendiri bagi umat muslim. Jual beli yang dilakukan melalui internet menjadi bentuk *muamalah* baru di kalangan para ulama *ushul fiqh* dan kaum muslimin modern. *Ijtihad*/pembaharuan perlu dilakukan agar transaksi muamalah melalui internet tetap dapat dilakukan tanpa melanggar prinsip-prinsip dan asas-asas yang dapat mendatangkan *madharat* (Khulwah J, 2019).

Salah satu praktik jual beli yang paling menjol di era modern ini adalah *Dropship*. *Dropship* adalah sebuah strategi *marketing* atau system berjualan dengan melibatkan pihak ketiga, dimana ada pemilik produk atau produsen, pembeli, dan *dropshipper* itu sendiri (Asari A and Zaidah N, 2022). Minim resiko, tanpa perlu repot membeli barang terlebih dahulu dan bahkan bisa dilakukan tanpa modal. Seorang *dropshipper* hanya perlu bermodalkan foto barang dari *supplier* dan teknik *marketing* online yang bisa dipelajari lewat internet, kemudian mereka sudah dapat menjualnya di *e-Commerce/social media* dengan harga yang sudah mereka tentukan.

Berbeda dengan *reseller* yang harus membeli barang terlebih dahulu dari *supplier*, seorang *dropshipper* hanya perlu menjual informasi dari produk yang mereka tawarkan di akun mereka sendiri, dengan mengemas dan memberikan sedikit teknik *marketing* agar menarik banyak pembeli di akun mereka. Ketika ada pembeli ingin membeli produk tersebut, maka *supplier* atau pemilik produk akan mengirimkannya ke alamat spesifik dari si pembeli. Namun, sebelum pembeli membeli produk tersebut, si pembeli diharuskan membayarkan sejumlah uang sesuai dengan harga yang ditetapkan *dropshipper* terlebih dahulu melalui fitur yang disediakan atau melalui kesepakatan transfer antar bank

kepada *dropshipper* tersebut, baru setelah itu *dropshipper* akan mentransfer sejumlah uang dengan nominal sesuai dengan harga asli produk dari *supplier*, baru kemudian *supplier* dapat mengirimkan produknya ke pembeli.



Gambar 1.1 Mekanisme Alur Dropship

Keterangan :

1. *Dropshipper* menjual/mempromosikan produk kepada pembeli.
2. Pembeli membeli & membayar harga produk kepada *dropshipper*.
3. *Dropshipper* mentransfer sejumlah uang kepada *supplier*.
4. *Supplier* mengirimkan produk kepada pembeli sesuai dengan alamatnya.

Kemudahan akses terhadap internet melahirkan banyak *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee dan Amazon (Asari and Zaidah 2022). Dengan adanya platform jual beli online yang terus tumbuh dan membesar tersebut menyebabkan banyak orang melihat potensi baru tak terkecuali CEO sekaligus *founder* Facebook, Mark Zuckerberg. Berawal dari hanya sebuah social media yang hanya berfungsi menghubungkan satu orang dengan yang lainnya, kini Facebook memiliki fitur tersendiri bagi penggunanya yang ingin melakukan transaksi jual beli di *Marketplace Facebook*.

Alasan peneliti memilih penelitian mengenai *dropshipping* berfokus kepada *marketplace* Facebook saja adalah karena platform tersebut yang paling banyak

dimanfaatkan oleh para pelaku *dropship* untuk menjalankan bisnis mereka. Transaksi antar *platform* jual beli sudah biasa dilakukan oleh para *dropshipper*, salah satunya adalah transaksi dari Shopee ke Marketplace Facebook. Pada dasarnya para pelaku *dropship* akan mencari supplier mereka di *e-Commerce shopee* dan menjual kembali di *marketplace* facebook, hal tersebut dilakukan agar menghindari persaingan dengan *supplier* dan *seller* besar lain yang sudah memiliki konsumennya sendiri, termasuk *supplier* dari *dropshipper* itu sendiri.

Akad menjadi komponen utama dalam semua kegiatan diatas, dan menjadi kunci keberhasilan setiap transaksi yang terjadi. Alur transaksi pada *muamalah* modern seperti yang sudah dijelaskan diatas tidak hanya memerlukan satu akad saja, namun perlu beberapa akad yang dilakukan secara bersamaan. Beberapa akad yang dilakukan secara bersamaan bisa disebut *Hybrid Contract* atau biasa dikenal dalam kajian fiqh dengan sebutan *al- 'Uqud al-Murakkabah* yang berarti bergabungnya beberapa akad dalam satu akad atau kontrak (Harun, 2022).

Akad menjadi penentu apakah sebuah transaksi itu dapat dikatakan sah secara syariat atau tidak. Penggunaan dua akad atau lebih pun tidak dapat dilakukan secara sembarangan, ada beberapa transaksi yang tidak bisa digabungkan dengan akad lain atau lebih dari dua akad, seperti pada hadits berikut:

“*Bahwa Rosulullah صلى الله عليه وسلم*, melarang *dua transaksi dalam satu jual beli*” (Hadits ini disahihkan oleh at-Tirmidzi dan Ibnu Hibban).

Dalam transaksi modern, tentunya sulit untuk hanya menggunakan satu akad saja. Bahkan dalam dunia perbankan syariah pun sudah dilakukan penggabungan akad atau transaksi menggunakan dua akad atau lebih, seperti pada transaksi kartu kredit syari'ah yang memiliki tiga akad didalamnya (Harun, 2022).

Dalam konteks system *dropship* ini ada tiga pihak yang terlibat, yakni *supplier*, *dropshipper* dan pembeli, yang mana sudah dengan jelas terlihat bahwa perlu beberapa akad yang dilakukan agar transaksi tersebut bisa berhasil sesuai

syariat. Banyak masyarakat yang melihatnya sebagai peluang untuk berpenghasilan, namun tidak sedikit masyarakat yang meragukan system transaksi *dropship* sebagai suatu yang diperbolehkan oleh islam dikarenakan penjual/*dropshipper* tidak memiliki atau memegang barang yang dia jual, atau ketidak tahuan masyarakat terhadap system *dropship* yang memiliki perbedaan dengan mekanisme jual beli pada umumnya mulai dari pembeli membeli barang hingga pembeli menerima barang, sehingga masyarakat khususnya pemebeli yang terlibat langsung dalam proses transaksi tidak mengetahui akad apa saja yang digunakan dalam transaksi *dropship* ini.

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang permasalahan di atas pada kesempatan kali ini peneliti ingin meneliti perihal “**MODEL MULTI AKAD PADA BISNIS DROPSHIP DI E-COMMERCE FACEBOOK**” dengan tujuan untuk mengetahui akad apa saja yang digunakan dalam transaksi *dropship*, mulai dari pembeli membeli barang pada *dropshipper* hingga *supplier* mengirimkan produknya kepada pembeli, sehingga apa yang menjadi keraguan ditengah-tengah masyarakat terkait akad pada transaksi *dropship* dapat terjawab dengan jelas dan terperinci.

B. Rumusan Masalah

1. Model multi akad apa yang di gunakan dalam transaksi jual beli *dropship*?
2. Akad-akad muamalah apa yang digunakan dalam jual beli *dropship*?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dengan jelas model multi akad yang digunakan dalam transaksi *dropship* di *e-commerce* Facebook yang sesuai dengan hukum islam.
2. Sekaligus mendeskripsikan akad-akad muamalah apa saja yang digunakan dalam jual beli *dropship*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini terbagi menjadi dua yakni dari segi akademis dan dari segi praktis, adapun penjelasan dari manfaat yang disebutkan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Dapat menambah referensi ilmiah terkait jual beli sehingga dapat membantu pengembangan kajian ilmu jual beli modern terutama pada penggunaan akad di dalam transaksi jual beli modern yang semakin bervariasi, seperti transaksi dalam jual beli *dropship* di *e-commerce* Facebook. Dan diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang akan mengkaji terkait Metode Multi Akad pada Jual Beli *Dropship*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan dan menambah wawasan sehingga dapat mengedukasi masyarakat tentang mekanisme dan akad yang digunakan pada transaksi *dropship* di *e-commerce* Facebook.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian serta batasan penelitaian penting digunakan guna menghindari penyimpangan ataupun melebarnya inti masalah yang diteliti agar dalam penelitian ini mendapatkan hasil yang terarah dan terfokus guna mempermudah pada saat pembahasan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai dengan baik. Batasan-batasan penelitiannya mencakup hal-hal berikut:

1. Ruang lingkup penelitian hanya seputar metode multi akad yang digunakan dalam transaksi *dropship* selaku objek kajian pada penelitian ini, serta penelitian ini hanya berfokus pada transaksi *dropship* yang ada pada *Marketplace* Facebook.
2. Informasi yang disampaikan oleh penelitian ini membahas mengenai mekanisme atau alur serta multi akad yang digunakan dalam transaksi *dropship*.

F. Sistematika Penelitian

Penelitian ini dijabarkan dalam 5 bab yang menggunakan sistematika sebagai berikut ini:

Bab 1: Pendahuluan

Berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

Bab 2: Tinjauan Pustaka

Berisi kajian teori yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti, serta kajian penelitian oleh peneliti terdahulu.

Bab 3: Metode Penelitian

Berisikan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini serta sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab 4: Hasil dan Pembahasan

Berisi hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini.

Bab 5: Penutup

Berisi kesimpulan serta saran yang berkaitan dengan penelitian ini.