

SKRIPSI

**JUAL BELI BARANG CAKAR PADA MEDIA SOSIAL
FACEBOOK DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN
HUKUM EKONOMI ISLAM)**



OLEH

LAELATUL RAKHMAWATI

NIM: 17.2200.054

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2022

**JUAL BELI BARANG CAKAR PADA MEDIA SOSIAL *FACEBOOK*
DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN
HUKUM EKONOMI ISLAM)**



OLEH

**LAELATUL RAKHMAWATI
NIM: 17.2200.054**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2022

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Proposal Skripsi : Jual Beli Barang *Cakar* Pada Media Sosial
Facebook Di Kota Parepare (Tinjauan Hukum
Ekonomi Islam)

Nama Mahasiswa : Laelatul Rakhmawati

Nim : 17.2200.054

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

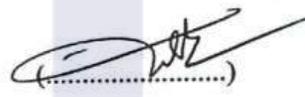
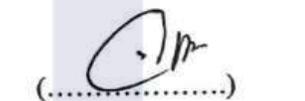
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan FAKSHI IAIN Parepare
Nomor: 377 Tahun 2021

Disetujui Oleh:

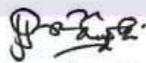
Pembimbing Utama : Dr. Hj. Muliati, M.Ag.
NIP : 196011231 199103 2 004

Pembimbing Pendamping : Hj. Sunuwati Lc., M.HI
NIP : 19721227 200501 2 004

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam


Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc., M.Ag.
NIP. 19711214 200212 2 002

PENGESAHAN KOMISISI PENGUJI

Judul Skripsi : Jual Beli Barang *Cakar* Pada Media Sosial *Facebook*
Di Kota Parepare (Tinjauan Hukum Ekonomi Islam)

Nama Mahasiswa : Laelatul Rakhmawati

Nomor Induk Mahasiswa : 17.2200.054

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan FAKSHI IAIN Parepare
Nomor: 377 Tahun 2021

Tanggal Kelulusan : 28 Februari 2022

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Hj. Muliati, M.Ag.

(Ketua)

(.....)

Hj. Sunuwati, Lc., M.HI

(Sekretaris)

(.....)

Dr. M. Ali Rusdi, S.Th.I, M.HI

(Anggota)

(.....)

Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I

(Anggota)

(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam



Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc., M.Ag.
NIP. 19711214 200212 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. berkat hidayat, taufik dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam (FAKSHI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Nurhasanah dan Ayahanda Waris dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir dari kampus.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari ibu Dr. Hj. Muliati, M.Ag. dan ibu Hj. Sunuwati Lc., M.HI., selaku pembimbing I dan pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc., M.Ag sebagai “Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam” atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

3. Ibu Hj. Sunuwati, Lc., M.HI sebagai Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah yang telah banyak memberi dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ibu Rusnaena, M.Ag sebagai Penasehat Akademik yang telah memberi banyak dukungan dan bimbingan dari awal memulai pendidikan hingga penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak dan Ibu dosen program studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Kepala Akademik dan perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalin studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
7. Jajaran staf administrasi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
8. Ibu Hj. ST Rahmah Amir, ST., M.M., Sebagai Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti skripsi ini. Serta Bapak dan Ibu Pegawai di Kantor Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare.
9. Para informan penulis di Kota Parepare yakni Kecamatan Soreang beserta jajarannya dan Masyarakat yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan banyak informasi yang sangat bermanfaat kepada penulis.
10. Saudara-saudara saya Nayla Khilmiyah dan Anik Auliya Zulfa, serta keluarga Bani Tarhan yang tidak henti-hentinya memberikan dukugan serta doa yang sangat besar kepada penulis.

11. Teman-teman dari Organisasi Kemahasiswaan, Lintasan Imajinasi Bahasa Mahasiswa (LIBAM IAIN Parepare) terkhusus Fantastic17 dan teman-teman Prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang telah memberikan banyak sekali pengalaman kepada penulis.

Peneliti tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan sangat terbuka dan lapang dada mengharapkan adanya berbagai masukan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan tulisan ini.

Parepare, 10 Februari 2022

9 Rajab 1443 H

Penulis,



Laelatul Rakhmawati
NIM. 17.2200.054

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laelatul Rakhmawati
NIM : 17.2200.054
Tempat, Tgl. Lahir : Tegal, 15 Mei 1999
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Judul Penelitian : Jual Beli Barang *Cakar* Pada Media Sosial *Facebook* di Kota Parepare (Tinjauan Hukum Ekonomi Islam)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 10 Februari 2022

Penulis



Laelatul Rakhmawati
NIM: 17.2200.054

ABSTRAK

Laelatul Rakhmawati. Jual Beli Barang *Cakar* Pada Media Sosial *Facebook* di Kota Parepare (Tinjauan Hukum Ekonomi Islam) (dibimbing oleh Ibu Hj. Muliati dan Ibu Hj. Sunuwati).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang sangat cepat ternyata membawa pengaruh yang luas terhadap kehidupan sosial masyarakat. Seiring dengan berkembangnya zaman kegiatan jual beli juga semakin meluas. Perkembangan yang dimaksud memungkinkan terjadinya hal-hal yang menyimpang dari ketentuan yang berlaku dalam praktiknya. Dalam transaksi jual beli perlu diperhatikan rukun dan syarat-syarat jual beli berdasarkan syariat Islam. Sehingga tidak merugikan pihak manapun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik jual beli *cakar* pada media sosial *facebook* di Kota Parepare dan mengetahui jual beli *cakar* secara online dalam tinjauan hukum ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dan dalam mengumpulkan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun uji keabsahan data dalam penelitian ini meliputi uji kredibilitas, transferability, depenability, konfirmability. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, kemudian penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada 2 praktik yang digunakan dalam transaksi jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* di Kota Parepare yaitu transfer antar bank, *cash on delivery* (COD). Proses keduanya hampir sama yang membedakan hanya tata cara membayarnya yaitu melalui transfer antar bank dan membayarnya secara langsung. Berdasarkan Hukum Islam, jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* di Kota Parepare telah memenuhi rukun dan syarat jual beli salam. Sedangkan dalam prinsip hukum ekonomi Islam, jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* sudah sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi Islam yaitu prinsip aqidah atau tauhid, prinsip keadilan, prinsip kebaikan, prinsip pertanggungjawaban, prinsip keseimbangan, prinsip kejujuran dan kebenaran sehingga jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* boleh dilakukan.

Kata Kunci: Jual Beli Salam, *Cakar*, *facebook*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan	7
B. Tinjauan Teori.....	15
1. Jual Beli Salam	15
2. Media Sosial <i>Facebook</i>	20
3. Hukum Ekonomi Islam.....	22
C. Tinjauan Konseptual	25
D. Kerangka Pikir	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30

C. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	30
D. Fokus Penelitian.....	31
E. Jenis dan Sumber Data.....	31
F. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	31
G. Uji Keabsahan Data	32
H. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Praktik Jual Beli <i>Cakar</i> Pada Media Sosial <i>Facebook</i> di Kota Parepare	36
B. Jual Beli <i>Cakar</i> Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Islam.....	49
BAB V PENUTUP.....	62
A. Simpulan	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	IV
BIODATA PENULIS	XX

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
1.	Kerangka Pikir	28
2.	Dokumentasi	Lampiran



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Izin Penelitian dari kampus
Lampiran 2	Surat Izin melaksanakan Penelitian Dari Pemerintah
Lampiran 3	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
Lampiran 4	Pedoman Wawancara
Lampiran 5	Surat Keterangan Wawancara
Lampiran 6	Dokumentasi
Lampiran 7	Biodata Penulis

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak ditimbangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ş	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

- b. Vokal rangkap (diftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وُ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : ḥaula

- c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نَا / نِي	Fathah dan alif atau ya	Ā	A dan garis di atas
يِي	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
وُ	Dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

- d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- 1) *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].

2) *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Jika pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*
 الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*
 الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*
 نَجَّيْنَا : *Najjainā*
 الْحَقُّ : *al-haqq*
 الْحَجُّ : *al-hajj*
 نَعْمٌ : *nu‘ima*
 عُدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah (i)*.

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : al-syamsu (bukan asy- syamsu)

الزَّلْزَلَةُ : al-zalزالah (bukan az-zalزالah)

الْفَلْسَفَةُ : al-falsafah

الْبِلَادُ : al-biladu

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : ta'murūna

النَّوْءُ : al-nau

شَيْءٌ : syai'un

أَمْرٌ : umirtu

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al-Qur'an (dar Qur'an), Sunnah. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

i. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului pertikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau kedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

بِالله : *billah* دِينُ الله : *Dīnullah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ الله Hum fī rahmatillāh

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan

untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi

Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu).

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū).

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subḥānahū wa ta‘āla*

saw. = *şallallāhu ‘alaihi wa sallam*

a.s. = *‘alaihi al- sallām*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l. = Lahir tahun

w. = Wafat tahun

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ ..., ayat 4

HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor).

Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al.: “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj.: Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol.: Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi masa kini telah mencapai tingkat kebutuhan bagi manusia yang krusial. Bukan saja dalam pemanfaatannya sebagai saluran komunikasi informasi antar individu dalam interaksi sosial, tetapi juga dalam lingkup yang lebih luas antar lembaga dengan lembaga, antar wilayah dengan wilayah hingga antar negara dan benua.

Perkembangan yang sangat cepat ternyata membawa pengaruh yang luas terhadap kehidupan sosial masyarakat. Pada dasarnya sosial media memang sebagai alat sosialisasi dan interaksi, serta bisa juga dijadikan fasilitas sebagai alat pemasaran yang paling mudah dan murah. Kemudahan kebutuhan urusan kita menjadi bagian dari kemajuan teknologi komunikasi saat ini, apabila disandingkan dengan efek yang lain maka media sosial akan berdampak pada semua lini.¹

Kemudahan mengakses dan mengirimkan informasi melalui media sosial juga telah menarik konsumen dan bisnis untuk melakukan transaksi *online* atau *e-commerce*. Seseorang dapat melakukan transaksi bisnis dan terhubungnya setiap individu dalam hitungan detik selama internet dalam keadaan *online*. Dengan segala kelebihan dan manfaat dari perkembangan itu, hal itu juga dapat memberikan resiko dengan adanya situasi yang meragukan dan ketidakpastian mengenai perlindungan konsumen.² Transaksi *online shopping* sangat mempermudah penggunaanya dalam melakukan transaksi pembayaran yang tidak lagi konvensional melainkan cukup dengan sistem transfer antar bank. Tetapi ada pula beberapa situs-situs online yang masih melakukan pembayaran dengan menggunakan pembayaran yang konvensional yaitu COD (*cash on delivery*), yaitu dengan cara bertemu antar penjual dengan pembeli.

¹ Ade Onny Siagian, et al., eds., 'Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosia Di Era Digital', *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3.3 (2020).

² Muhammad Majdy Amiruddin, 'Khiyar (hak untuk memilih) dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalora dan Blibli', *FALAH Jurnal Ekonomi Syariah*, 1.1 (2016).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan salah satu penjual *cakar*, alasan konsumen memilih sistem pembayaran *cod* yaitu karena berada di satu kota dengan penjual, alasan lainnya karena konsumen tidak perlu melakukan pembayaran di bank tetapi hanya tinggal menunggu barang datang ke rumahnya. Salah satu kendala dalam jual beli secara *online* adalah kepercayaan konsumen dalam melakukan *online shopping*, masih banyak konsumen yang tidak percaya dalam berbelanja berbasis *online*, hal itu menjadi kendala untuk para pelaku usaha *E-commerce*.

Para pelaku *E-commerce* harus memberikan pelayanan dan kualitas yang baik agar dapat menciptakan kepercayaan pada setiap pelanggannya. Pentingnya kepercayaan di suatu toko dalam transaksi *online* sangat dibutuhkan oleh para konsumen sehingga tak jarang hal ini menjadi salah satu indikator utama akan kepuasan dan niat konsumen untuk membeli suatu produk di tempat tertentu.³

Seiring dengan berkembangnya zaman kegiatan jual beli ini semakin meluas. Perkembangan yang dimaksud memungkinkan terjadinya hal-hal yang menyimpang dari ketentuan yang berlaku dalam praktiknya.⁴ Untuk itu barang-barang yang di perjual belikan harus dalam kondisi dan kualitas yang baik, agar konsumen tidak kecewa dan merasa dirugikan. Saat ini jual beli tidak hanya dilakukan antar daerah, tetapi dengan adanya perkembangan zaman jual beli bisa dilakukan antar Negara, contohnya Indonesia dengan Negara-Negara lainnya. Dimana kegiatan ini dinamakan impor dan ekspor, kegiatan impor dan ekspor yang dilakukan mendapat pengawasan langsung dari pemerintah.

³ Amelia Andhini, 'Pengaruh Transaksi *Online Shopping*, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *E-commerce*', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6.7 (2017).

⁴ ST. Qadariah, "Praktik Jual Beli Pesanan Di Kelurahan Salo Kabupaten Pinrang (Analisis Hukum Islam)" (Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam: Parepare, 2017)

Tujuannya agar barang yang dijadikan komoditi bukan merupakan barang-barang yang dilarang untuk diperjual belikan menurut hukum yang berlaku.⁵ Mengenai masalah jual beli, kita juga harus mengetahui adanya hukum-hukum dan aturan-aturan dalam jual beli itu sendiri, apakah jual beli yang dilaksanakan sudah sesuai dengan hukum Islam atau tidak. Oleh sebab itu, seseorang yang menjalankan dunia usaha harus memahami dan mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan jual beli sah atau tidak. Dalam Islam juga mengajarkan bahwa manusia dalam menjalankan hubungan bermasyarakat harus dilakukan atas dasar pertimbangan yang mendatangkan kemaslahatan bagi manusia dan menghindari kemudharatan.⁶

Terdapat banyak praktik jual beli yang dilakukan dari mulai objek yang berbeda hingga kualitas yang berbeda pula. Salah satu yang sedang marak saat ini di Kota Parepare adalah jual beli *cakar* melalui aplikasi *facebook*. Jual beli *cakar* pada dasarnya adalah menjual pakaian impor dengan harga yang murah, dimana biasanya jual beli *cakar* ini dilakukan di pasar-pasar sehingga pembeli dapat melihat dan memilih langsung barang *cakar* yang akan di beli. Dengan adanya kemajuan teknologi yang memudahkan orang-orang melakukan transaksi dari mana saja dimanfaatkan oleh masyarakat Kota Parepare sebagai tempat mencari penghasilan.

Banyak akun di *facebook* yang menjajakan *cakar* dengan berbagai model, ukuran, warna dan memiliki harga yang relatif murah, hal itulah yang menjadi daya tarik bagi para pengikutnya untuk membeli pakaian yang dijualnya meskipun berlabel

⁵ Dita Septika Wati, "Praktik Jual Beli Pakaian Impor Bekas (Studi Kasus di Kota Salatiga)" (Skripsi Sarjana; Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah: Salatiga, 2016),

⁶ Ahmad Fauzi, "Jual Beli Pakaian Bekas Dalam Perspektif Fikih Mualamah Iqtishodiyah," *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.2 (September 2019), h. 236.

cakar. Bagi sebagian masyarakat yang ingin tampil menarik namun dengan biaya yang murah, tak jarang mereka memanfaatkan *cakar* sebagai alternatifnya karena dari segi harga lebih terjangkau meskipun berasal dari merek terkenal. Seperti yang kita ketahui bahwa dalam sistem jual beli *online*, *cakar* yang ditawarkan hanya berupa penjelasan spesifikasi barang dan gambar yang tidak bisa dijamin kebenarannya.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, wawancara dengan Nayla Khilmiyah yang merupakan salah satu konsumen barang *cakar*, berdasarkan pengalamannya membeli *cakar* melalui *facebook*, tidak semua barang yang di beli sesuai dengan penjelasan yang di tawarkan, misal dari segi ukurannya terkadang ukuran yang tertera tidak sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan konsumen tersebut, sehingga barang yang telah dibeli tidak dapat digunakan. Seperti yang pernah dialami langsung oleh penulis yaitu barang *cakar* yang di beli tidak dapat digunakan karena ukurannya tidak sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan, dan juga kondisi barang *cakar* yang mengandung cacat. pada praktiknya pelaksanaan jual beli *cakar* pada media sosial *facebook* yaitu menyertakan foto *cakar* dengan hanya mencantumkan harga dan ukuran dari barang *cakar* tersebut. Irma merupakan Salah satu penjual *cakar* di *facebook* yang mematok harga sesuai dengan kondisi barang, misalnya *cakar* yang buka baru harganya berkisar Rp.50.000-Rp.60.000, lalu akan turan harga ketika modal sudah kembali setengahnya dan akan turan harga lagi ketika modal sudah kembali seluruhnya. Harga yang ditawarkan sesuai dengan jenis barang yang dijual dan juga sesuai kondisi barang yang ditawarkan tetapi para penjual tidak mencantumkan seperti apa kualitas dari *cakar* yang mereka jual, maka sangat penting untuk mencari tahu kebenaran mengenai kualitas dari barang tersebut.

Praktik jual beli *cakar* pada perkembangannya menjadi salah satu fenomena transaksi bisnis yang menjanjikan. Namun praktik jual beli *cakar* ini belum memiliki kejelasan dalam tinjauan hukum ekonomi Islam, serta tidak terdapat aturan mengenai pelaksanaannya. Sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mendapatkan kejelasan hukum mengenai jual beli *cakar* pada media sosial *facebook*. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merasa tertarik untuk mengangkat penelitian mengenai pelaksanaan jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* berdasarkan tinjauan hukum ekonomi Islam. Dengan judul penelitian yaitu “Jual Beli Barang *Cakar* Pada Media Sosial *Facebook* Di Kota Parepare (Tinjauan Hukum Ekonomi Islam)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok-pokok masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik jual beli *cakar* pada media sosial *facebook* di Kota Parepare?
2. Bagaimana jual beli *cakar* secara *online* dalam tinjauan hukum ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui praktik jual beli *cakar* pada media sosial *facebook* di Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui jual beli *cakar* secara *online* dalam tinjauan hukum ekonomi Islam

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan setelah melakukan penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Sebagai bahan untuk menambah keilmuan khususnya yang berkaitan dengan jual beli barang *cakar* melalui media sosial *facebook*. Kemudian untuk menambah

informasi bagi penelitian selanjutnya dan untuk menambah ilmu pengetahuan Islam yang berkaitan dengan bisnis barang *cakar*.

2. Kegunaan Praktis

Untuk memberikan masukan dan informasi bagi masyarakat luas tentang *cakar*, agar lebih teliti dalam membeli barang *cakar* melalui media sosial *facebook* dari segi kualitasnya.



BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

NO	PENELITI	JUDUL	METODE	HASIL
1.	Ahmad Ainun Najib	Jual Beli <i>Online</i> Pakaian Bekas Di Akun “@seconisgood_” <i>mjk</i> ” Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Peraturan Menteri Perdagangan No.51 Tahun 2015	Metode yang digunakan yaitu penelitian lapangan (<i>field</i> <i>research</i>) di akun instagram <i>@secondisgood_mjk</i> dengan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Selanjutnya data yang berhasil dikumpulkan pada praktik jual beli	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam praktek jual beli online yang dilakukan oleh owner <i>@seconidgood_</i> <i>mjk</i> sama seperti proses jual beli online pada umumnya yang berbeda yaitu pada proses pemilihan dan perawatan meliputi bebrapa tahap. Sehingga

			<p><i>Online</i> pakaian bekas di akun <i>Instagram</i> @secondisgood_mjk dianalisis dengan pola pikir deduktif yaitu dengan teori jual beli dalam hukum Islam, dengan peraturan menteri perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER72015, kemudian ditarik sebuah kesimpulan.</p>	<p>pada praktiknya tidak terdapat pelanggaran terhadap peraturan menteri perdagangan No.51 tahun 2015. Dikarenakan saat ini belum adanya peraturan yang mengatur tentang larangan perdagangan pakaian bekas impor dalam pasar negeri.</p>
2.	Ahmad Fauzi	Jual Beli Pakaian Bekas Dalam Perspektif Fikih Muamalah Iqtishodiyah.	<p>Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan metode dokumentasi dalam pengumpulan datanya</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli pakaian bekas tidak melanggar aturan syariat</p>

				<p>Islam, dengan terpenuhinya segala rukun dan syarat jual beli, meskipun tidak terdapat penyimpangan secara syariat namun ada beberapa hal yang perlu untuk dipertimbangkan, yaitu dari aspek kesehatan dan kebersihan bagi para pembeli baju bekas, serta pemutusan hubungan kerja pada industri produksi baju dikarenakan maraknya jual beli pakaian</p>
--	--	--	--	---

				bekas.
3.	Faizatul Adibah	Jual Beli Pakaian Bekas Impor Di Tugu Pahlawan Kota Surabaya (Tinjauan UU Perdagangan No 7 Tahun 2014 dan Fiqih Muamalah)	Penelitian kali ini disebut penelitian hukum empiris dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan melakukan pengamatan dilapangan dan juga wawancara kepada penjual dan pembeli pakaian bekas impor. Setelah itu akan dianalisis dengan Undang-Undang Perdagangan No 7 Tahun 2014 dan Fiqih Muamalah.	Hasil Penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa jual beli pakaian bekas impor di Tugu Pahlawan Suabaya bertentangan dengan peraturan Undang-Undang Perdagangan No 7 Tahun 2014 Pasal 47 yang berbunyi “setiap importir wajib mengimpor barang dalam keadaan baru”. Selain itu, jual beli pakaian bekas impor tersebut juga

				bertentangan dengan konsep jual beli fiqh muamalah yaitu adanya <i>tadlis</i> (menyembunyikan catat pada barang) dalam jual beli pakaian impor tersebut.
4.	Sabillah Ayu Fania	Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pakaian <i>Import Bekas Secara Online</i>	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah library research. Penelitian kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data sesuai informasi dengan bantuan data-data yang ada di ruang perpustakaan, seperti buku, dokumen dan sejenisnya yang berkaitan dengan	Dalam penelitian kali ini menunjukkan bahwa transaksi jual beli <i>online</i> merupakan salah satu hal yang menjadi trend saat ini merupakan salah satu jenis jual beli yang menggunakan media elektronik

		<p>penelitian. Selanjutnya akan dilakukan pengidentifikasian dan analisis beberapa data yang berkaitan dengan permasalahan.</p>	<p>berupa internet. Kemudian berdasarkan tinjauan Undang-undang perlindungan konsumen, jual beli pakaian bekas secara <i>online</i> dalam proses transaksinya telah sesuai dengan aturan, akan tetapi ada beberapa hal yang tidak sesuai, yakni jual beli pakaian bekas dalam karung bal.</p>
--	--	---	---

Dalam penelitian kali ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Adapun persamaan dan perbedaannya adalah sebagai berikut:

NO	PENELITI	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Ahmad Ainun Najib	Jual Beli Online Pakaian Bekas Di Akun “@Secondisgood_ mjk” Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Peraturan Menteri Perdagangan No.51 Tahun 2015	Penelitian ini sama-sama membahas tentang jual beli pakaian bekas secara <i>online</i>	Perbedaannya terletak pada sosial media yang digunakan dan juga penelitian Ahmad Ainun Najib menggunakan Peraturan Menteri Perdagangan No. 51 Tahun 2015.
2.	Ahmad Fauzi	Jual Beli Pakaian Bekas Dalam Perspektif Fikih Muamalah Iqtishodiyah	Sama-sama membahas tentang jual beli pakaian bekas	Penelitian ini berfokus pada ketentuan pelaksanaan jual beli <i>cakar</i> melalui media sosial <i>facebook</i> . Sedangkan penelitian Ahmad Fauzi berfokus pada analisis

				mendalam tentang jual beli pakaian bekas dalam perspektif fikih muamalah iqtishodiyah
3.	Faizatul Adibah	Jual Beli Pakaian Bekas Impor Di Tugu Pahlawan Kota Surabaya (Tinjauan UU Perdagangan No 7 Tahun 2014 dan Fiqih Muamalah)	Sama-sama membahas tentang jual beli pakaian bekas impor	Penelitian ini berfokus pada ketentuan jual beli <i>cakar</i> secara <i>online</i> sedangkan penelitian Faizatul Adibah berfokus pada aturan jual beli pakaian bekas impor tinjauan Undang-Undang Perdagangan No 7 Tahun 2014
4.	Sabilah Ayu Fania	Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam	Penelitian ini sama-sama membahas tentang jual beli pakaian import bekas secara	Penelitian ini berfokus pada ketentuan pelaksanaan jual beli <i>cakar</i> di media

		Terhadap Jual Beli Pakaian <i>Import</i> Bekas Secara <i>Online</i>	<i>online</i>	sosial <i>facebook</i> . Sedangkan penelitian Sabillah Ayu Fania berfokus pada tinjauan undang-undang perlindungan konsumen dan Hukum Islam terhadap jual beli pakaian bekas import secara <i>online</i> .
--	--	---	---------------	---

B. Tinjauan Teori

1. Jual Beli Salam

a. Pengertian Jual Beli Salam

Jual beli sendiri menurut syariat maksudnya adalah pertukaran harta dengan harta dengan dilandasi saling rela atau pemindahan kepemilikan dengan penukaran dalam bentuk yang diizinkan.⁷

Sedangkan pengertian salam secara bahasa adalah *al-i'tha'* dan *at-taslif* bermakna pemberian. Dari segi terminologi, menurut fuqaha jual beli salam adalah jual beli yang disebutkan sifatnya dalam tanggungan dengan imbalan pembayaran yang

⁷ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah 5 Tahkik dan Takhrij: Muhammad Nasiruddin Al-Albani*, (Jakarta: Cakrawala Publishing, 2009), h. 158-159.

dilakukan di waktu itu juga. Menurut penduduk hijaz, salam merupakan akad untuk memesan barang.⁸

Jual beli salam adalah bentuk jual beli dengan pembayaran di awal dan pengiriman barang di kemudian hari sesuai dengan harga, spesifikasi, kualitas, kuantitas, tempat tinggal dan tempat pengiriman serta disepakati sebelumnya dalam akad.⁹ Jual beli salam juga di kenal sebagai jual beli pesanan.

b. Dasar Hukum Jual Beli Salam

1) Al-Quran Q.S Al-Baqarah 2/282:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِذَا تَدٰىنْتُمْ بِيَدِيْنَ اِلَىٰ اَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوْهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ
كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ اَنْ يَّكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللّٰهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي
عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللّٰهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang telah ditentukan, hendaknya kamu menuliskannya dengan benar.¹⁰

Pada Surah al-Baqarah ayat 282 ini menjelaskan bahwa Allah swt. Memberi peringatan kepada kaumnya bahwa apabila melakukan utang piutang yang waktu pembayarannya di tentukan, hendaklah untuk menuliskannya sehingga hak masing-masing terlindungi dan juga tidak terjadi perselisihan.

c. Rukun Jual beli Salam

⁸ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 147.

⁹ Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah Klasik Dan Kontemporer* (Bogor: Haila Indonesia, 2012), h. 128.

¹⁰ Departemen Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 48.

- 1) *Aqid*, adalah pemesan (*al-muslim atau rabbussalam*), dan orang yang menerima pesanan (*al-muslim ilaih*). Syaratnya para pihak harus cakap hukum (*baligh/mumayyiz* dan berakal) serta dapat melakukan transaksi.
- 2) *Ma'qud 'alaih*, adalah objek yang di pesan, seperti harga atau modal jual beli salam.
- 3) *Akad (ijab qabul)*.¹¹

Beberapa pandangan para ulama menyatakan bahwa *shighat* harus dilakukan dengan lafadz yang menunjukkan kata memesan barang. Bahwasannya dalam transaksi ini harga barang dagangan yang dipesan belum ada tetapi pembayaran dilakukan diawal. Dibolehkannya jual beli ini harus memakai kata memesan atau *salam*.

d. Syarat-syarat Jual Beli Salam

Syarat-syarat Jual beli salam sama dengan syarat-syarat jual beli, namun ada beberapa hal yang di tambahkan khusus pada jual beli salam. Adapun secara umum ulama-ulama dan madzhab sepakat bahwa ada enam syarat yang harus dipenuhi agar jual beli salam menjadi sah, yaitu:

- a) Jelas jenis barang yang dipesan.
- b) Jelas sifat barangnya.
- c) Bentuk akad harus jelas.
- d) Ukuran atau kadarnya diketahui.
- e) Masanya tertentu (diketahui).
- f) Mengetahui kadar ukuran, modal/harga.¹²

¹¹ Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Yogyakarta: STAIN Metro Lampung, 2014), h. 73.

g) Menyebutkan tempat pemesanan/penyerahan.

Adapun syarat jual beli salam yang berkaitan dengan *ra's al-mal* dan *muslam fih*, sebagai berikut:

- 1) *Syarat Ra's Al-Mal* (harga/modal/alat pembayaran)
 - a. Metode pembayaran harus jelas.
 - b. Di Negara/kawasan yang berbeda, jenis mata uang berbeda sehingga jenisnya harus jelas.¹³
 - c. Jelas sifatnya, seperti kondisi barang layak dijual atau tidaknya.
 - d. Isi *ra's al-mal* diketahui
 - e. Metode pembayaran diperiksa sebelum diterima.
 - f. Sesuai kesepakatan Hanafiah, Syafiiyah dan Hanbaliyah, sebelum penjual dan pembeli meninggalkan majelis tempat ijab dan qabul, pembayaran harus diserahkan secara tunai.
 - g. Setelah pembayaran disepakati saat akad sistem pembayaran harus dilakukan dan melarang keringanan utang.
- 2) *Syarat Muslam Fih (Ma'qud 'Alaih)*
 - a. Barang harus jelas.
 - b. Jelas barang yang dipesan, yaitu barang tersebut masih sejenis dan tidak ada pencampuran barang lain.
 - c. Barang yang dijual memiliki dimensi yang jelas, meliputi takaran, timbangan, hitungan atau meterannya. Tujuannya untuk menghindari penipuan dan konflik antar kedua belah pihak dalam transaksi.

¹² Abdul Fatah Idris dan Abu Ahmadi, *Fikih Islam Lengkap*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), h. 161.

¹³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2013), h. 246.

- d. Tidak ada *illat* yakni *riba fadhal*. Dbolehkan akad salam atas barang al-qimiyah ialah barang yang berdasarkan dengan kriteria tertentu.¹⁴
 - e. Mengirimkan barang pesanan di lain waktu bukan ketika *akad* dilakukan di majelis.
 - f. Tidak ada kondisi *khiyar* yang terjadi selama masa akad.
 - g. Jika pengiriman membutuhkan beban biaya, keterangan tempat pengiriman harus disediakan.
 - h. Ada pengaturan tentang sifat barang yang dipesan, namun herga bisa berbeda-beda tergantung kualitas barang yang dipesan.¹⁵
 - i. Barang menjadi tanggungan penjual.
- 3) Ketentuan mengenai waktu dan tempat pengiriman barang

Tanggal dan tempat pengiriman barang dapat ditentukan, namun tidak semua jenis barang dapat ditentukan dengan cara ini.¹⁶ sedangkan syarat lokasi pengiriman adalah apabila barang pesanan memerlukan biaya angkut dan alamat penyerahan, maka pihak terkait yang melakukan transaksi harus menentukan lokasi pengiriman. Namun, jika para pihak dalam akad tidak menentukan lokasi penyerahan tetap sah transaksi tersebut. Sedangkan tempat penyerahan bisa ditentukan kemudian.

e. **Gharar Dalam Jual Beli Salam**

Secara singkat *gharar* adalah sebagai suatu bentuk transaksi yang mengandung unsur ketidakjelasan dan ketidakpastian yang menimbulkan potensi adanya pihak yang

¹⁴ Ghufon Mas'adi, *Fiqh Mu'amalah Kontekstual* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 148.

¹⁵ Mustafa Diib Al-Bugha, *Fikih Islam Lengkap*, Penerjemah: D.A Pakih sati (Solo: Media Zikir, 2009), h. 268.

¹⁶ Adimarwan Aswar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 93.

merasa dirugikan.¹⁷ *Gharar* menurut istilah fiqh merupakan hal ketidaktahuan terhadap akibat suatu peristiwa dalam transaksi perdagangan atau jual beli, atau ketidakjelasan antara baik dengan buruknya. Sedangkan menurut madzhab syafi'i *gharar* merupakan segala sesuatu yang akibatnya tersembunyi dari pandangan dan sesuatu yang dapat memberikan akibat yang tidak diharapkan atau akibat yang menakutkan.

Potensi *gharar* dalam jual beli *online* ini cukup besar. Sebab jual beli dilakukan secara *online*, dimana penjual dan pembeli tidak pernah bertemu dan tidak saling mengetahui satu sama lain. Pembeli bisa jadi berada di ujung barat Indonesia, sedangkan penjualnya ada di ujung timur Indonesia. Bahkan penjual dan pembeli bisa jadi terpisah oleh batas negara, bahkan antar benua. Ajaibnya barang yang dipesan bisa sampai dengan utuh ke halaman rumah kita. Padahal kita tidak pernah tahu siapa penjualnya dan seperti apa wajahnya. Barangnya pun hanya bisa dilihat melalui foto yang diupload oleh penjual. Namun tidak jarang foto yang dipajang tidak sesuai dengan barangnya. Ketika datang. Hal itu dikarenakan foto yang dipajang bukan foto sebenarnya melainkan foto yang diambil dari google atau mengambil di lapak penjual yang lain. Salah satu kelemahannya pembeli tidak bisa mengetahui apakah barang yang dijual benar adanya atau hanya fiktif.

2. Media Sosial Facebook

Media sosial *online* merupakan media yang di rancang untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah

¹⁷ Muhammad Abdul Wahab, *Gharar dalam Transaksi Modern*, (Lentera Islam), h.14.

pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat dari satu ke banyak audiens menjadi banyak audiens ke banyak audiens. Media sosial juga memudahkan para pelaku pasar untuk berkomunikasi dengan sesama produsen, pelanggan atau calon pelanggan. Media sosial memberi identitas kepada *brand* atau merek yang dipasarkan serta membantu dalam menyebarkan pesan dengan cara yang santai dan komunikatif.¹⁸

Facebook pertama kali di keluarkan pada Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg dan saat ini *facebook* merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dari beberapa media sosial yang ada, *facebook* menjadi salah satu media sosial yang paling populer saat ini karena penggunanya setiap hari bertambah dari waktu ke waktu.¹⁹ Penjualan melalui *facebook* merupakan salah satu bentuk *eCommerce* yang banyak dipakai karena ketenaran *facebook* sebagai jejaring sosial, penggunaan *facebook* dalam pemasaran secara *online* juga sangat efektif.

Facebook merupakan jejaring sosial yang mempunyai banyak pengguna, sehingga dapat membentuk suatu forum timbal balik dalam membahas suatu produk, dari sini dapat terbentuk pasar untuk saling *share* produk satu sama lain. Barang yang dipromosikan dalam *facebook* beraneka ragam, ada barang baru dan barang bekas.²⁰ *Facebook* tidak hanya berperan sebagai media promosi dalam bisnis *online*, tetapi juga berperan sebagai media untuk berkomunikasi dengan calon konsumen. Selain itu *facebook* juga memberikan pasar yang luas bagi pelaku bisnis *online*. Dampak yang terjadi dari penggunaan *facebook* adalah sebagai berikut:

¹⁸ Radix Prima Dewi, "Sosial Media Sebagai Sarana Jual Beli Online", (Tugas Kuliah: Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), Sorong).

¹⁹ Sarif Hidayat, Hari Suryantoro dan Jansen Wiratama, "Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia", Jurnal SIMETRIS, 8.2 (2017).

²⁰ Louisia Wisnuwardhani, Imam Suyadi dan Sunarti, "Upaya Peningkatan Penjualan Baju Bekas Melalui Media Facebook", Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 1.1 (2015).

- 1) Semakin mudahnya berinteraksi dengan orang lain karena dapat berkomunikasi secara *livetime*, para pengguna jejaring sosial dapat dengan mudah berinteraksi dengan orang lain bahkan tak lagi terpengaruh oleh jarak. Kemudian dengan adanya jejaring sosial ini penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat.
- 2) Sarana promosi keunggulan lainnya media ini dapat digunakan sebagai sarana promosi suatu barang, komunitas, brand dan lain-lain.
- 3) Sarana sosialisasi program pemerintah di negara Indonesia, pemerintah banyak melakukan sosialisasi dalam berbagai hal pendidikan, kesehatan, politik, penanggulangan bencana, ekonomi, dan informasi lainnya. Selain menggunakan media cetak, pemerintah memsocialisasikan programnya melalui situs jejaring sosial.
- 4) Sarana silaturahmi, tak dapat dipungkiri jika jejaring sosial merupakan sarana paling efektif untuk menjalin komunikasi dan silaturahmi dengan teman, sahabat maupun keluarga. Tanpa adanya jarak, tempat dan waktu.
- 5) Sarana hiburan, para pengguna bisa bersenang-senang dan bergaul dengan orang dari seluruh penjuru dunia. Dengan perkembangan pesat dunia internet, maka sarana dan prasarana untuk bisa bersenang-senang dan bergaul di *online social networking* pun semakin banyak pilihan.

Pemanfaatan jejaring sosial *facebook* secara maksimal oleh penggunanya dalam menciptakan peluang bisnis, sehingga dengan meningkatnya jumlah pengguna layanan *facebook* dari tahun ke tahun membuat situs jejaring sosial ini menjadi tempat yang menarik bagi orang-orang yang senang menggali peluang bisnis.

3. Hukum Ekonomi Islam

a. Pengertian Hukum Ekonomi Islam

Hukum memiliki banyak pengertian, hukum biasanya menggambarkan sekumpulan peraturan-peraturan yang mengikat dan memiliki sanksi. Menurut Wirjono Kusumo hukum merupakan keseluruhan peraturan baik yang tertulis maupun tidak tertulis untuk mengatur tata tertib di dalam masyarakat dan pelanggarnya mendapatkan sanksi.²¹ Pemahaman terhadap hukum sangatlah penting, karena hukum mengatur ruang lingkup kegiatan manusia pada hampir di semua bidang kehidupan termasuk dalam kegiatan ekonomi.

Eratnya hubungan antara hukum dan ekonomi sehingga sering di sebut hukum ekonomi. Hukum ekonomi merupakan keseluruhan kaidah hukum yang mengatur dan mempengaruhi segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan dan kehidupan perekonomian.²² Sedangkan menurut Rochmat Soemitro pengertian hukum ekonomi ialah sebagian dari keseluruhan norma yang dibuat oleh pemerintah atau penguasa sebagai suatu personifikasi dari masyarakat yang mengatur kehidupan kepentingan ekonomi masyarakat yang saling berhadapan.²³ Dari pengertian tersebut dapat di simpulkan bahwa hukum ekonomi Islam ialah sebuah aturan atau norma yang menjadi pedoman baik perorangan maupun badan hukum dalam melaksanakan kegiatan ekonomi berdasarkan prinsip syariat Islam.

b. Prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Islam

Berikut merupakan beberapa prinsip dalam hukum ekonomi Islam, antara lain:

- 1) Prinsip Aqidah, atau Prinsip Tauhid. Prinsip ini merupakan fondasi hukum Islam yang menekankan bahwa, harta benda yang kita kuasai hanyalah amanah dari

²¹ Ukas, *Pemahaman Hukum Ekonomi Indonesia*, (Batam: CV. Batam Publisher, 2019), h.1

²² Nur Awalia, "Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas Di Pasar Sumpang Kota Parepare (Kontestasi Hukum Ekonomi Islam), (Skripsi Sarjana: Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam, Parepare 2019).

²³ Ukas, *Pemahaman Hukum Ekonomi Indonesia*, h.3

Allah sebagai pemilik hakiki sehingga kita harus memperolehnya dan mengelolanya dengan baik dan mencari kemanfaatan karunia Allah. Manusia dapat berhubungan langsung dengan Allah, ekonomi Islam merupakan ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Sistem ini bertitik tolak dari Allah dan bertujuan akhir kepada Allah, dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syari'at Allah.

- 2) Prinsip Keadilan, mencakup seluruh aspek kehidupan, merupakan prinsip yang penting sebagaimana Allah memerintahkan adil di antara sesama manusia.
- 3) Prinsip kebaikan, pemberian manfaat kepada orang lain lebih daripada hak orang lain itu.
- 4) Prinsip pertanggungjawaban, yang meliputi beragam aspek, yakni: pertanggungjawaban antara individu dengan individu, pertanggungjawaban dalam masyarakat. Manusia dalam masyarakat diwajibkan melaksanakan kewajibannya demi terciptanya kesejahteraan anggota masyarakat secara keseluruhan serta tanggung jawab pemerintah. Tanggung jawab ini berkaitan dengan baitul mal.
- 5) Prinsip keseimbangan, syariat Islam mengakui hak pribadi dengan batasan-batasan tertentu. Syari'at menentukan keseimbangan kepentingan individu dan kepentingan masyarakat.
- 6) Prinsip kejujuran dan kebenaran. Prinsip ini merupakan sendi akhlakul karimah.
 - a. Prinsip transaksi yang meragukan dilarang, akad transaksi harus tegas, jelas dan pasti. Baik benda yang menjadi objek akad maupun harga barang yang diakadkan itu.
 - b. Prinsip transaksi yang merugikan dilarang. Setiap transaksi yang merugikan diri sendiri maupun pihak kedua dan pihak ketiga dilarang.

- c. Prinsip mengutamakan kepentingan sosial. Prinsip ini menekankan pentingnya kepentingan bersama yang harus didahulukan tanpa menyebabkan kerugian individu. Sebagaimana kaidah fiqhiyah “bila bertentangan antara kemaslahatan sosial dan kemaslahatan individu, maka diutamakan kepentingan kemaslahatan sosial”.
- d. Prinsip manfaat. Objek transaksi harus memiliki manfaat, transaksi terhadap objek yang tidak bermanfaat menurut syariat dilarang.
- e. Prinsip transaksi yang mengandung riba dilarang.
- f. Prinsip suka sama suka, saling rela.
- g. Prinsip kepemilikan yang jelas.²⁴
- h. Prinsip tiada paksaan. Setiap orang memiliki kehendak yang bebas dalam menetapkan akad, tanpa tunduk kepada paksaan transaksi apapun, kecuali hal yang diharuskan oleh norma keadilan dan kemaslahatan masyarakat.

C. Tinjauan Konseptual

Penelitian ini berjudul “Jual Beli Barang *Cakar* Pada Media Sosial *Facebook* Di Kota Parepare (Tinjauan Hukum Ekonomi Islam)”. Judul tersebut mengandung unsur-unsur pokok yang perlu dibatasi pengertiannya agar pembahasan dalam skripsi nantinya lebih fokus dan spesifik. Di samping itu, tujuan konseptual memiliki pembatasan makna yang terkait dengan judul tersebut akan memudahkan pemahaman terhadap isi pembahasan serta dapat menghindari dari kesalahpahaman. Oleh karena itu di bawah ini akan diuraikan tentang pembatasan makna dari judul tersebut.

1. Jual Beli

²⁴ Agus Arwani, ‘Epistemologi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah)’, *RELIGIA* 15.1 (2012).

Menurut Sayyid Sabiq jual beli adalah penukaran benda dengan benda yang lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan adanya penggantinya dengan cara yang dibolehkan.²⁵ Jadi jual beli terjadi karena suka sama suka.

2. *Cakar*

Cakar atau pakaian bekas adalah benda atau barang yang dipakai oleh seseorang untuk menutupi tubuhnya namun barang tersebut telah dipakai oleh orang lain.²⁶ Pakaian yang dimaksud disini pakaian yang masih layak untuk digunakan.

3. *Facebook*

Facebook merupakan salah satu *Online Social Networking* atau situs jejaring sosial yang diciptakan untuk memberikan fasilitas teknologi dengan maksud pengguna dapat bersosialisasi atau berinteraksi dalam dunia maya.²⁷ *Facebook* merupakan tempat bertemunya banyak orang secara virtual.

4. Hukum Ekonomi Islam

Menurut Agus Arwani Hukum Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari segala perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan tujuan memperoleh kedamaian dan kesejahteraan dunia akhirat. Perilaku manusia di sini berkaitan dengan landasan-landasan syariah sebagai rujukan berperilaku dan kecenderungan dari fitrah manusia.²⁸

²⁵ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah Jilid 2*, (Bandung: Al-Maarif, 1997), h.45

²⁶ Hanjoyo Bono Nimpuno, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pandom Media Nusantara, 2014), h.99

²⁷ MADCOMS, *Gaul Berteman Lewat Facebook*, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2009), h.1

²⁸ Agus Arwani, *Epistemologi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah)*, Religia, 15.1 (2012)

Berdasarkan penjelasan di atas definisi operasionalnya adalah mengetahui pelaksanaan jual beli barang *cakar* melalui jejaring sosial *facebook* kemudian dikaji dalam hukum ekonomi Islam.

D. Kerangka Pikir

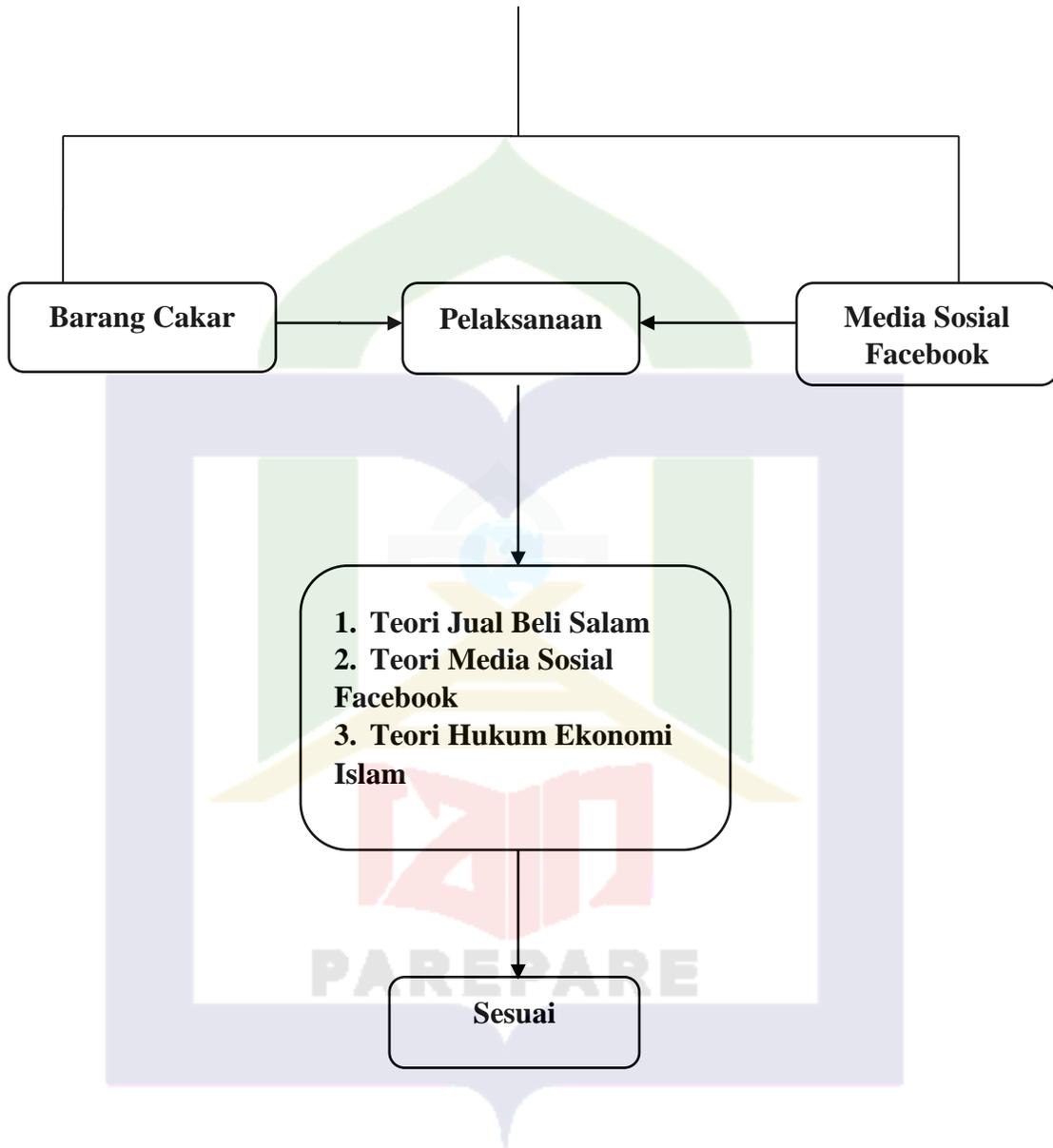
Kerangka pikir menurut Ridwan adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintetiskan dari fakta-fakta, observasi dan telaah penelitian. Kerangka pikir memuat dalil, konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Uraian dalam kerangka pikir ini menjelaskan antar variabel.²⁹ Kerangka pikir penelitian menjelaskan proses penelitian yang dalamnya ada masalah yang akan diselesaikan. Berdasarkan hal tersebut penulis melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pelaksanaan jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* di Kota Parepare menurut hukum ekonomi Islam.

Bagan Kerangka Pikir

²⁹ Ahmad Toh Pres, 2019), h. 323.

Jual Beli Barang Cakar Pada Media Sosial Facebook Di Kota Parepare (Tinjauan Hukum Ekonomi Islam)

(Tanjungpura University)



BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan penelitian ini, peneliti berusaha untuk memaksimalkan dalam membahas secara rinci dan sistematis dengan harapan bahwa penelitian ini dapat memberikan suatu penambahan wawasan dan dapat memenuhi syarat suatu penulisan karya ilmiah. Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini antara lain, pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan dan pengolahan data, uji keabsahan data, dan teknik analisis data.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang harus terjun langsung melihat objek yang akan diteliti. Penelitian ini menyajikan data deskriptif berupa data tertulis maupun tidak tertulis dari informan dan dari observasi yang dilakukan, karena penelitian bertujuan untuk memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang akan diteliti. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah yang terjadi sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung.³⁰ Jadi peneliti akan terjun langsung ke lapangan untuk melihat kondisi subjek yang ada.

³⁰ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, cet 1, 2014), h.34.

Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara utuh dan mendalam mengenai realitas sosial dan berbagai gejala yang terjadi di masyarakat yang menjadi subjek penelitian sehingga tergambaran ciri, karakter, sifat dan model dari gejala tersebut. Penelitian deskriptif studi kasus itu berusaha untuk memperoleh secara lengkap detail tentang kejadian dan gejala tertentu pada suatu objek yang memiliki ciri tersendiri. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut.³¹

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian Ini bertempat di Kota Parepare

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yaitu dilakukan selama 1 bulan untuk mendapatkan data-data yang dimana kegiatannya meliputi pelaksanaan penelitian, pengolahan data dan penyusunan hasil penelitian.

C. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis di Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan. Kota Parepare merupakan salah satu Daerah tingkat II di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kota ini memiliki luas wilayah 99,33 km dan berpenduduk sebanyak +- 140.000 jiwa. Kota Parepare terbagi atas 4 Kecamatan, yakni Bacukiki, Bacukiki Barat, Ujung, dan Soreang.

³¹Trianto, *Pengantar Penelitian Pendidikan bagi Pengembangan Profesi Pendidikan dan Tenaga Kependidikan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cet 1, 2010), h. 197.

D. Fokus Penelitian

Agar tidak terlalu luas dalam pembahasannya, maka perlu adanya fokus dalam penelitian. Maka penelitian ini berfokus pada pelaksanaan jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* di Kota Parepare.

E. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang diperoleh secara langsung dari responden dan informasi melalui wawancara maupun observasi langsung dilapangan. Teknik yang digunakan dalam menentukan responden yaitu menentukan jumlah responden yang akan terlibat dalam penelitian ini untuk memperoleh informasi. Data jenis ini diperoleh secara langsung dari pengelola jual beli *cakar* dan konsumen melalui wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung dan melalui perantara. Dalam hal ini data sekunder yang dimaksud penulis yakni dokumentasi yang diharapkan sebagai informasi pelengkap dalam penelitian. Data sekunder yang diperoleh berasal dari buku, internet, artikel, dokumen, jurnal dan lain-lain.

F. Teknik Pengumpulan data dan Pengolahan Data

Adapun teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penyusunan proposal ini yaitu: teknik *field research*. Teknik *field research* dilakukan dengan cara penelitian dan untuk memperoleh data-data yang akurat berhubungan dengan

pembahasan ini. Adapun metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung, yaitu cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat lain untuk keperluan tersebut.³² Data yang diambil merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis akan fenomena yang terjadi. Pengamatan dan fenomena itu di khususkan pada masalah tentang jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* di Kota Parepare dalam tinjauan hukum ekonomi Islam.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan peneliti untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dan dilakukan secara langsung dengan mengajukan pertanyaan terkait dengan data yang di inginkan dari responden, responden menjawab pertanyaan tersebut baik secara singkat maupun panjang lebar.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pencarian data dan pengumpulan data bisa berupa tulisan, gambar dan lain sebagainya, yang ada hubungannya dengan tema penelitian. Kegunaan dari dokumentasi dalam penelitian ini adalah menunjang dan melengkapi data primer peneliti yang dijadikan sebagai referensi dalam penelitian dan juga sebagai bukti bahwa penelitian tersebut asli kebenarannya.

G. Uji Keabsahan Data

Dalam menerapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan yang di dasarkan atas krireria tertentu. Dalam uji keabsahan data penelitian kualitatif meliputi

³² Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), h. 11.

uji *creadibility* (validitas interbal), *transferability*(, *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability*(obyektivitas).

1. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas digunakan dalam penelitian ini untuk membuktikan kesesuaian antara hasil pengamatan dan realita dilapangan, apakah data atau informasi yang diperoleh sesuai dengan kenyataan yang ada dilapangan. Adapun uji kredibilitas yang digunakan yaitu triangulasi.³³ Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.

2. Pengujian *Transferability*

Transferability merupakan validitas eksternal. validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil. Nilai transfer ini berkenaan dengan pertanyaan hingga hasil penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Peneliti sendiri tidak menjamin validitas eksternal ini. Oleh karena itu, supaya orang lain dapat memahani hasil penelitian kualitatif sehingga ada kemungkinan untuk menerapkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti dalam membuat laporannya harus memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya.³⁴ Untuk itu peneliti harus melengkapi hasil wawancara, dokumentasi berupa foto.

3. Pengujian *Depenability*

Dalam penelitian kualitatif, uji dependabilitas dilakukan dengan melakukan pengecekan terhadap keseluruhan proses penelitian untuk menghindari kesalahan dalam memformulasikan hasil penelitian. Untuk itu pengujian *depenability* dilakukan

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: CV ALFABETA, 2013), h. 273.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, h. 276.

dengan cara melakukan pengecekan terhadap keseluruhan proses penelitian.³⁵ Agar temuan penelitian dapat dipertahankan dan dapat di pertanggung jawabkan secara ilmiah.

4. Pengujian Konfirmability

Dalam penelitian kualitatif, uji konfirmability mirip dengan uji dependability, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji konfirmability berarti menguji hasil penelitian. Sedangkan dependabilitas digunakan untuk menilai proses penelitian.³⁶ Itulah perbedaan dari keduanya.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja. Maka analisis data bertujuan untuk mengorganisasikan data yang telah diperoleh. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.³⁷ Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan,

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, h. 277.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, h. 277.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, h. 247.

hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah di fahami tersebut.³⁸

3. Simpulan

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan simpulan dan verifikasi. Simpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila simpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka simpulan yang dikemukakan merupakan simpulan yang kredibel.³⁹ Simpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada dilapangan. Simpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, maka simpulan yang dapat diperoleh berupa gambaran suatu objek sebelumnya.

Pada tahap penarikan simpulan dan verifikasi, peneliti menarik simpulan berdasarkan hasil dari reduksi data dan display data yang merupakan simpulan sementara. Simpulan sementara ini masih bisa berubah setelah proses verifikasi dilapangan, di mana peneliti akan kembali ke lokasi penelitian untuk mengumpulkan data kembali untuk memperoleh bukti-bukti kuat lainnya.

³⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, h. 249.

³⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, h. 252.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Praktik Jual Beli *Cakar* Pada Media Sosial *Facebook* di Kota Parepare

Cakar merupakan sebuah singkatan dari cap karung yang merupakan sebutan untuk pakaian-pakaian bekas dari luar Indonesia. Impor dapat diartikan membeli barang dari luar negeri sesuai dengan ketentuan pemerintah yang dibayar menggunakan mata uang asing. Dalam pelaksanaan impor terdapat beberapa perantara, distributor, agen, pembeli kulakan dan para penjual yang memiliki tugas mengantarkan barang dagangan ke pasar dalam negeri.⁴⁰ Impor menurut kamus besar bahasa Indonesia merupakan pemasukan barang dan sebagainya dari luar negeri.⁴¹ Sehingga dapat disimpulkan bahwa *cakar* merupakan pakaian bekas yang digunakan untuk menutupi tubuh manusia yang mana barang tersebut berasal dari luar negeri atau luar wilayah Indonesia.

Pakaian sendiri memiliki fungsi utama yaitu untuk menjaga pemakainya merasa nyaman, dan pakaian melindungi bagian tubuh yang tidak terlihat, pakaian bertindak sebagai perlindungan dari unsur-unsur yang merusak, termasuk hujan, panas matahari, salju, dan angin. Pakaian juga mengurangi tingkat resiko selama kegiatan, seperti bekerja, atau berolahraga. Bekas sendiri merupakan tanda yang tertinggal atau tersisa (sudah dipegang, diinjak, dilalui, dan sebagainya). Dapat juga diartikan sebagai benda atau barang yang sudah dipakai oleh orang lain. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pakaian bekas (*cakar*) adalah benda atau barang yang dipakai oleh

⁴⁰ Astuti Purnamawati dan Sri Fatmawati, Dasar-dasar Ekspor Impor Teori, Praktik, dan Prosedur, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2013), h. 13.

⁴¹ <https://kbbi.web.id/impor>.

seseorang untuk menutupi tubuhnya namun barang tersebut telah dipakai oleh orang lain.

Alur barang *cakar* ini melalui pelabuhan-pelabuhan di Kota Makassar, Kota Parepare dan daerah pantai lainnya. Barang *cakar* ini masuk dari Malaysia, Singapura, Jepang, Korea Selatan, dan beberapa dari Eropa. Barang *cakar* pada umumnya di pasarkan secara langsung oleh masyarakat Kota Parepare di pasar-pasar. Tetapi dengan adanya kemajuan teknologi yang sangat berkembang belakangan ini maka di manfaatkan oleh masyarakat untuk memasarkan barang dagangannya melalui sosial media. Sebagaimana hasil wawancara dengan penjual dan pembeli pada saat memulai pembelian dan penjualan barang *cakar* secara online sebagai berikut:

Saya pertama kali menjual barang *cakar* melalui media sosial *facebook* pada tahun 2019.⁴²

Saya membeli barang *cakar* melalui *facebook* pada tahun 2020.⁴³

Saya menggeluti dunia *cakar* sudah sejak lama, berangkat dari kegemaran itu akhirnya saya memberanikan diri membuka toko *cakar* dan menjualnya secara online.

Hasil dari wawancara diatas dapat dipahami bahwa perkembangan jual beli barang *cakar* khususnya dalam penjualan dan pembelian barang *cakar* secara online banyak diminati oleh masyarakat sudah sejak lama. Karena barang *cakar* memiliki ketertarikan tersendiri diberbagai kalangan untuk melakukan pembelian dan penjualan barang *cakar*.

Pakaian bekas (*cakar*) dimanfaatkan oleh sekelompok orang untuk dijual kembali karena masih memiliki nilai ekonomi. Kebutuhan dan pengetahuan akan fashion yang semakin tinggi membuat *cakar* diminati, selain menjadi mata pencaharian tidak sedikit pula masyarakat yang menggunakan *cakar* sebagai kebutuhan sandang untuk dipadukan dengan pakaian lainnya.

⁴² Nirmawati, wawancara di Parepare tanggal 30 Januari 2022.

⁴³ Sanah, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

Adapun alasan seseorang ingin menjual dan membeli barang *cakar* secara online yaitu, sebagaimana hasil wawancara dengan beberapa pembeli dan penjual barang *cakar* secara online sebagai berikut:

Saya menjual barang *cakar* melalui *facebook* karena penjualan di *facebook* sangat menguntungkan dan juga pemasarannya yang luas karena bisa memasuki grup-grup jual beli manapun.⁴⁴

Saya menjual *cakar* di *facebook* dikarenakan *facebook* merupakan tempat umum yang bisa diakses oleh siapapun. Saya juga bisa posting foto barang *cakar* dimanapun saya berada sehingga saya tidak perlu stay disatu tempat untuk menjualnya.⁴⁵

Saya membeli barang *cakar* karena melihat postingan di *facebook* dan juga grup-grup jual beli yang ada di *facebook*.⁴⁶

Hasil dari wawancara diatas menunjukkan bahwa seseorang menjual barang *cakar* di *facebook* karena kemudahan yang didapatkan dan juga dapat menghasilkan uang. Sedangkan alasan seseorang membeli barang *cakar* karena tertarik pada postingan yang ada di *facebook*.

Pada dasarnya *facebook* tidak hanya berperan sebagai media promosi dalam bisnis *online*, tetapi juga berperan sebagai media untuk berkomunikasi dengan calon konsumen. Selain itu *facebook* juga memberikan pasar yang luas bagi pelaku bisnis *online*. Adapun dampak yang terjadi dari penggunaan *facebook* adalah sebagai berikut:

- 1) Semakin mudahnya berinteraksi dengan orang lain karena dapat berkomunikasi secara *livetime*, para pengguna jejaring sosial dapat dengan mudah berinteraksi dengan orang lain bahkan tak lagi terpengaruh oleh jarak. Kemudian dengan adanya jejaring sosial ini penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat.
- 2) Sarana promosi keunggulan lainnya media ini dapat digunakan sebagai sarana promosi suatu barang, komunitas, band dan lain-lain.

⁴⁴ Sultan Arkhan S, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

⁴⁵ Nirmawati, wawancara di Parepare tanggal 30 Januari 2022.

⁴⁶ Lia, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

- 3) Sarana sosialisasi program pemerintah di negara Indonesia, pemerintah banyak melakukan sosialisasi dalam berbagai hal pendidikan, kesehatan, politik, penanggulangan bencana, ekonomi, dan informasi lainnya. Selain menggunakan media cetak, pemerintah mesosialisasikan programnya melalui situs jejaring sosial. Salah satunya yaitu kampanye dalam pemilu 2009.
 - 4) Sarana silaturahmi, tak dapat dipungkiri jika jejaring sosial merupakan sarana paling efektif untuk menjalin komunikasi dan silaturahmi dengan teman, sahabat maupun keluarga. Tanpa adanya jarak, tempat dan waktu.
 - 5) Sarana hiburan, para pengguna bisa bersenang-senang dan bergaul dengan orang dari seluruh penjuru dunia. Dengan perkembangan pesat dunia internet, maka sarana dan prasarana untuk bisa bersenang-senang dan bergaul di *online social networking* pun semakin banyak pilihan.
1. Pelaksanaan Jual Beli Barang *Cakar* pada media sosial *facebook* di Kota Parepare

Untuk menarik minat konsumen dalam membeli barang *cakar* tentunya ada cara-cara yang dilakukan oleh para penjual barang *cakar*. Sebagaimana hasil wawancara dengan Nirmawati dan Sultan sebagai penjual *cakar* secara *online* sebagai berikut:

Tidak ada cara khusus yang saya terapkan dalam membuat konsumen tertarik, saya hanya memposting lebih dahulu barang *cakar* yang bermerek. Dan juga setiap hari jumat saya memberikan promo gratis ongkir untuk pemesanan COD yang ada di Kota Parepare.⁴⁷

Yang saya lakukan pertama kali adalah memahami pasar online kemudian saya memasukkan barang *cakar* dengan harga promo, lalu setelah itu saya memposting barang *cakar* yang bermerek sesuai dengan apa yang sedang di butuhkan oleh para konsumen.⁴⁸

⁴⁷Nirmawati, wawancara di Parepare tanggal 30 Januari 2022.

⁴⁸Sultan Arkhan S, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa para penjual menerapkan cara yang berbeda-beda agar konsumen tertarik pada barang yang ditawarkan dan memang daya beli masyarakat terhadap barang *cakar* yang tinggi dikarenakan keunikan dari barang *cakar* tersebut.

Ketika para penjual dan pembeli melakukan transaksi, banyak cara yang digunakan untuk memasarkan barang *cakar* yang akan dijual. Bisa memasarkan secara langsung ataupun lewat media sosial. Setelah itu mereka memasarkan barang dagangannya dan apabila ada seseorang yang berminat ingin membeli barang tersebut maka pembeli akan menghubungi si penjual. Seperti halnya jual beli pada umumnya pasti ada tawar-menawar antara pembeli dan penjual. Apabila sudah terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli maka tahap selanjutnya adalah si pembeli mentransfer sejumlah uang ke rekening si penjual atau si pembeli melakukan COD. Dalam hal ini, jenis pelaksanaan transaksi, ada 2 yaitu:

a. Transfer Antar Bank

Transaksi jual beli dengan cara transfer antar bank merupakan mekanisme yang paling umum dan populer digunakan oleh para pelaku usaha jual beli online. Jenis transaksi ini juga memudahkan proses konfirmasi karena dana bisa dengan cepat dicek oleh penerima dana atau penjual. Jenis transaksi ini sesuai dengan yang dilakukan oleh 3 orang, seperti hasil wawancara berikut ini:

Saya memilih transfer antar bank dalam transaksi jual beli *cakar* secara *online*.⁴⁹

Waktu transaksi saya diberi pilihan mau transfer atau COD. Saya lebih memilih transfer antar bank.⁵⁰

Waktu membeli barang *cakar* di *facebook* saya melakukan pembayaran menggunakan transfer antar bank.⁵¹

⁴⁹Sutriani, wawancara di Parepare tanggal 30 Januari 2022.

⁵⁰Lia, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

⁵¹Dian, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

Berdasarkan hasil wawancara saya dengan Sutriani, Lia dan Dian, bahwa mereka lebih memilih melakukan pembayaran dengan cara transfer antar bank.

Proses penjualan dan pembelian barang *cakar* melalui media sosial *facebook* sebagaimana yang dipraktikkan oleh Sutriani dan Sultan, mengatakan bahwa:

Sebelum proses penjualan, pertama-tama saya menyortir barang *cakar* lalu memisahkan *cakar* yang bermerek dan yang tidak selanjutnya saya foto kemudian saya posting di grup jual beli. Ketika ada pembeli yang menghubungi kemudian kami menyepakati harga dan cara pembayarannya, kemudian pembeli mentransfer uang ke rekening saya lalu mengirimkan bukti pembayarannya. Kemudian saya mengemas pesannya dan mengirimkannya.⁵²

Saya mencari barang *cakar* di grup jual beli. Ketika saya menemukan akun yang menjual barang *cakar* yang saya inginkan, kemudian saya menghubungi penjual melalui pesan pribadi untuk menanyakan harga barang *cakar* yang saya pilih lalu menentukan cara membayarnya. Saya lebih memilih transfer antar bank kemudian mentransfer uang dan mengirimkan bukti transfer. Setelah itu penjual mengirimkan barangnya ke alamat yang telah saya berikan.⁵³

Hasil dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa sebelum pembelian dan penjualan barang *cakar*, pembeli dan penjual membahas lebih dahulu mengenai harga dan metode pembayarannya melalui chat sehingga pembeli memilih transfer antar bank.

b. *Cash on Delivery* (COD)

Transaksi seperti ini biasa dilakukan apabila si pembeli sudah menyetujui perjanjian untuk membeli barang tersebut tetapi pembeli masih meragukan apakah si penjual bisa dipercayai atau tidak. Dalam transaksi *cash on delivery* atau COD biasanya dilakukan oleh penjual dan pembeli masih berada dalam wilayah atau daerah yang sama. Jenis transaksi ini sesuai dengan yang dilakukan oleh 2 orang, seperti hasil wawancara berikut ini:

⁵²Sultan Arkhan S, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

⁵³Sutriani, wawancara di Parepare tanggal 30 Januari 2022.

Saya melakukan transaksi dengan cara bertemu langsung dengan penjual setelah terjadi kesepakatan melalui chat, kemudian bertemu dengan penjual di lokasi yang telah saya berikan di Kota Parepare.⁵⁴

Saya memposting barang *cakar* saya diberbagai grup jual beli yang ada di *facebook*, kemudian jika ada pembeli yang menanyakan tentang barang yang saya jual secara pribadi untuk menanyakan harga dan melakukan tawar menawar. Ketika sudah terjadi kesepakatan dan pembeli memilih metode pembayaran COD maka saya akan mengirimkannya kepada pembeli sesuai dengan titik dimana pembeli itu berada di Kota Parepare. Kemudian saya akan menyerahkan barangnya dan pembeli menyerahkan uangnya.⁵⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa penjual dan pembeli barang *cakar* sebelumnya berdiskusi melalui chat mengenai metode pembayaran dan memilih untuk bertemu langsung (COD) dan memilih tempat untuk bertemu karena jarak antar si penjual dan pembeli tidak terlalu jauh, dalam artian penjual dan pembeli masih berada di satu wilayah yaitu Kota Parepare.

2. Manfaat Jual Beli Barang *Cakar*

Banyak sekali manfaat dari jual beli barang *cakar* yang bisa dirasakan, selain harganya yang murah meriah juga dapat berdampak baik bagi lingkungan dan juga mendapat keuntungan yang menjanjikan.

a. Isu Lingkungan Hidup

Membeli barang *cakar* berarti membantu mengurangi sampah. Demikian pula dengan menjual barang *cakar* kita. Membeli atau menjual barang *cakar* berarti memperpanjang usia barang tersebut. Pasalnya banyak dari barang-barang tersebut sebenarnya masih layak dipakai. Terlebih lagi, industri pakaian sering memiliki dampak buruk terhadap lingkungan. Seperti diketahui, limbah tekstil menimbulkan dampak besar bagi lingkungan. Selain itu, sampah tekstil sulit terurai di alam.

⁵⁴Sanah, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

⁵⁵Nirmawati, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

b. Hemat Uang

Thrift atau *preloved shopping* akan membuat anda lebih hemat uang. Umumnya harga pakaian atau barang *cakar* lainnya dijual dengan harga lebih murah. Sebabnya pakaian yang dijual bekas akan turun jauh harganya dibandingkan harga pasaran pakaian serupa yang masih baru. Bahkan jika pakaian tersebut belum lama dipakai oleh penggunanya. Namun asalkan barang tersebut masih layak digunakan, tentu akan menguntungkan pembeli.

c. Pengalaman Menarik

Menemukan pakaian bekas (*cakar*) yang sesuai dengan keinginan Anda layaknya menemukan "harta karun". Saat menemukan pakaian yang unik dan langka, Anda akan merasa sangat beruntung. Hal ini yang menyebabkan *thrifting* dan berburu *preloved* sangat digemari, terutama kaum muda. Tak jarang Anda akan menemukan barang original bekas yang tampak masih baru. Jika Anda tidak terlalu memikirkan label "pakaian bekas", Anda akan menemukan fungsinya sama saja sebagai pakaian. Adapun ciri-ciri dari pakaian bekas (*cakar*) yang sering kita jumpai memiliki ciri-ciri tersendiri, diantaranya adalah:

1. Bahan tipis, bahan yang tipis dan berserat merupakan salah satu bentuk yang sering ditemukan dalam produk pakaian bekas.
2. Motif yang beragam, motif yang terdapat pada pakaian bekas yang masih banyak peminatnya adalah motif polos, motif kotak-kotak, garis, atau polkadot.
3. Pakaian berbau, hal ini dikarenakan penempatan pakaian bekas dalam satu ball atau karung, sehingga menimbulkan bau yang tidak sedap.

4. Terdapat bercak warna, hal ini disebabkan karena semua pakaian tertumpuk di suatu tempat, bercak ini terkadang berwarna putih atau kecoklatan pada pakaian warna hitam dan warna kuning pada pakaian warna lainnya.
5. Sedikit kotoran dan kusam, hal ini disebabkan karena bedu dan kotoran yang menempel pada pakaian selama perjalanan menuju tempat tujuan.

d. Unik dan Langka

Thrift dan preloved menjadi kesempatan bagi Anda untuk menemukan barang-barang unik dan langka. Tidak jarang Anda akan menemukannya dengan harga terjangkau, jauh di bawah harga pasaran. Misalnya baju bermerk yang vintage. Seperti hasil wawancara dengan Lia yang telah membeli barang *cakar* di media sosial *facebook*.

Saya pernah membeli barang *cakar* di *facebook* berupa celana dan saya mendapatkan celana dengan merk yang terkenal.⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Lia, bahwa menurutnya membeli barang *cakar* di media sosial *facebook* sangat menguntungkan karena bisa menemukan barang-barang branded dengan harga terjangkau.

Manfaat yang di dapatkan dalam menjual barang *cakar* adalah menghasilkan uang. Dengan kemajuan teknologi informasi sangat membantu bagi masyarakat yang ingin menambah penghasilan dari rumah. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh

Nirmawati dan Sultan bahwa:

Sebelum memfoto barang *cakar* saya memilih terlebih dahulu barang *cakar* yang bermerek atau branded lalu saya memisahkannya dan kemudian mempostingnya lebih dulu, karena barang *cakar* yang bermerek sangat diminati oleh para konsumen dan bisa di pasarkan dengan harga yang tinggi pula.⁵⁷

Pada saat barang *cakar* saya datang, saya akan menyortirnya dan memilih mana yang akan saya posting terlebih dahulu. Biasanya saya akan memposting

⁵⁶Lia, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

⁵⁷ Nirmawati, wawancara di Parepare tanggal 30 Januari 2022.

barang *cakar* yang langka dan banyak peminatnya sehingga konsumen penasaran dengan barang *cakar* yang lainnya.⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa sebelum melakukan penjualan barang *cakar* penjual lebih dahulu memilih barang mana yang akan diposting terlebih dahulu sehingga semua barang *cakar* yang akan dijual masuk dalam kategori layak untuk dijual karena telah melewati penyortiran terlebih dahulu.

3. Alasan Penggunaan Barang *Cakar*

Adapun alasan yang melatarbelakangi seseorang dalam menggunakan barang *cakar* yaitu karena pada dasarnya tindakan seseorang tentu saja dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya sehingga muncul rasa keinginan untuk melakukannya. Pada penelitian kali ini terdapat alasan-alasan yang dikeluarkan oleh orang-orang sebelum membeli atau menggunakan barang *cakar* ini. tentunya setiap orang memiliki alasan yang berbeda-beda berdasarkan latar belakang dari setiap individu. Secara garis besar berdasarkan hasil penelitian alasan seseorang menggunakan barang *cakar* yaitu:

- a) Pengaruh lingkungan pergaulan, minat seseorang untuk menggunakan *cakar* tentu tidak lepas dari pengaruh lingkungan pergaulan. Dikarenakan ada kesamaan yang terjalin dari lingkungan yang sama.
- b) Pengaruh lingkungan keluarga, pengaruh yang cukup besar datang dari lingkungan keluarga terhadap keseharian seseorang karena keluarga merupakan orang terdekat yang sehari-hari pada lingkungan yang sama.
- c) Pengaruh media sosial, media sosial memiliki andil yang besar dalam memperkenalkan barang *cakar*. Berbagai promosi yang dilakukan melalui media sosial sehingga menarik ketertarikan seseorang.

⁵⁸ Sultan Arkhan S, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

4. Kelemahan Jual Beli Barang *Cakar*

Selain memberikan peluang dan kebermanfaatan, ada kelemahan usaha jual beli barang *cakar* tersebut. Dilansir dari beberapa sumber, baju bekas (*cakar*) bisa berbahaya bagi perusahaan baju yang mengeluarkan produk baru. Dengan kondisi yang kurang bagus juga merupakan kelemahan.

Menjual barang *cakar* sebenarnya tidak buruk juga. Jika kalian melakukannya, berarti kalian masuk bagian gerakan penyelamatan bumi. Karena industri pakaian menyumbang sekitar 8-10% emisi karbon dengan penggunaan banyak sumber daya air.

Meskipun memiliki beberapa poin kelebihan seperti yang telah disebutkan, menjual barang *cakar* tidak semudah yang diperkirakan. Berkaitan dengan barang tidak baru pasti harus ada yang menjadi perhatian lebih untuk benar-benar bisa dijual ke khalayak umum. Berikut ini beberapa hal yang menjadi perhatian mengapa barang *cakar* yang dijual memiliki kelemahan:

a. Kondisi Tidak Sempurna

Para penjual mungkin bisa menjual barang Branded atau bermerek dari pengepul. Biasanya mengambil dengan jumlah yang sangat banyak dalam karung yang diimpor dari luar negeri. Bisnis barang *cakar* memberikan keuntungan yang tidak sedikit juga karena membeli grosir dijual satuan. Karena banyaknya barang bermerek Second yang diterima, sudah pasti pengirimannya juga kurang bagus. Cenderung hanya ditumpuk berserakan dalam kontainer. Menyebabkan kondisi barang tidak bisa 100 persen bagus. Terdapat cacat atau sobek, berlubang akibat dua penyebab. Satu karena bekas penggunaan si pemilik dan dua pengiriman barang yang cenderung tidak baik. Padahal barang

yang dijual meskipun bekas, pembeli pasti menginginkan yang terbaik. Kalaupun kondisi barang tidak sesuai bisa mengurangi minat orang yang akan membelinya.

b. Waktu Terbuang Untuk Sortir

Untuk mengatasi kondisi barang yang tidak sempurna, penjual barang *cakar* harus melakukan pengecekan atau pemilihan terlebih dahulu. Sortir barang yang tidak memiliki cacat mungkin terlihat sederhana. Namun bila konsumen membeli langsung dari pengepul, jumlah baju bagus dengan jelek mungkin cukup jauh. Memilih satu persatu kondisi baju dari ratusan jumlahnya mungkin cukup melelahkan dan membuang waktu. Hal ini terjadi jika penjual sendiri yang melakukan sortir hingga penjualan barang. Seperti halnya yang dilakukan oleh salah satu penjual *cakar* sebagai berikut:

Pada saat barang *cakar* datang pertama-tama yang saya lakukan yaitu menyortir barang yang layak untuk dijual dan barang *cakar* yang memiliki kekurangan (cacat). Kemudian memisahkan barang tersebut selanjutnya memfoto barang *cakar* yang layak di jual kemudian mempostingnya melalui *facebook*.⁵⁹

Hasil dari wawancara diatas menunjukkan bahwa penjual akan menyortir terlebih dahulu barang *cakarnya* sebelum diposting di media sosial *facebook* sehingga jarang terjadi adanya barang *cakar* yang cacat sampai pada konsumen.

c. Perawatan Yang Tidak Mudah Merupakan Kelemahan Usaha Barang *Cakar*

Kondisi barang *cakar* yang di jual di *facebook* Setidaknya harus cukup bagus untuk dijual. Apalagi strategi marketing dari sosial media membuat produk harus terlihat sempurna. Ini akan memakan biaya untuk menjaga barang tetap bagus/dalam kondisi maksimal hingga ke tangan penjual. Ada berbagai jenis

⁵⁹ Nirmawati, wawancara di Parepare tanggal 30 Januari 2022.

bahan baju dengan serba-serbi cara perawatannya. Misal dalam mencuci, berbeda jenis kain harus diperlakukan dengan khusus. Penjemuran hingga menyetrika juga sama tidak bisa sembarangan. Untuk pemenuhan perawatan berbagai jenis pakaian mungkin tidak akan mudah.

Adapun demi menjaga keamanan, keselamatan dan kesehatan untuk konsumen sebaiknya dalam membeli *cakar* ini harus tepat artinya konsumen harus membeli dengan teliti memilihmana pakaian yang layak dipakai atau tidak.

Beberapa hal yang harus konsumen lakukan, agar pakaian bekas (*cakar*) aman untuk digunakan:

1. Setelah membeli *cakar* disarankan jangan langsung menyimpan pakaian bekas yang baru dibeli di lemari pakaian. Karena hal itu untuk menghindari tercemarnya bakteri pada pakaian bekas ke pakaian yang ada di dalam lemari.
 2. Sebaiknya merendam pakaian bekas terlebih dahulu dengan air panas. Proses peredaman dengan air panas pada pakaian bekas bertujuan untuk mematikan semua bekteri berserta telur-telurnya yang menempel pada pakaian bekas.
 3. Membeli pakaian bekas tentunya ada bau yang tidak disukai, Untuk merubah baupada pakaian bekas yang sudah dibeli gunakan larutan pewangi pakaian.
 4. Setelah itu, lakukan penyetrikan pada pakaian bekas yang telah direndam dan dicuci. Penyetrikan ini juga dapat mematikan bakteri yang baru menempel pada pakaian bekas anda.
- d. Barang *cakar* yang tidak sesuai

Barang *cakar* yang dposting di *facebook* tidak menutup kemungkinan mengandung cacat walaupun penjual telah mensortir barang yang akan dijualnya. Hal ini dikarenakan banyaknya barang yang harus dicek terlebih dahulu oleh penjual.

Untuk mengantisipasi hal ini penjual akan mengecek kembali barang *cakar* yang telah dibeli sebelum dikirimkan kepada pembeli sehingga tidak menimbulkan kerugian terhadap salah satu pihak. Dalam hal ini dibutuhkan kerjasama antar penjual dan pembeli dalam mengantisipasi hal ini. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Nirmawati dan Sultan bahwa:

Pernah ada kejadian dimana barang *cakar* telah sampai ditangan pembeli kemudian pembeli memberitahu bahwa terdapat cacat pada *cakarnya* jadi saya menawarkan untuk menukarnya dengan *cakar* yang lainnya. Tetapi jarang sekali hal ini terjadi.⁶⁰

Ada salah seorang pembeli yang ingin menukarkan barangnya karena menemukan cacat pada *cakar* yang dibelinya. Saya membolehkannya akan tetapi pembeli sendirilah yang harus menanggung ongkos kirimnya atau pengurangan harga terhadap barang *cakar* yang telah dibeli.⁶¹

Hasil dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa ketika ada pembeli yang memperlmasalahkan barangnya maka penjual akan memberi solusi pada permasalahan yang ada sehingga tidak ada yang dirugikan dalam hal ini baik dari penjual maupun dari pembeli. Itulah beberapa kelemahan usaha barang *cakar* yang pada beberapa sisi cukup menguntungkan. Tetap lakukan berbagai tindakan untuk mencegah kelemahan-kelemahan dalam berwirausaha agar tidak ada pihak yang dirugikan.

B. Jual Beli *Cakar* Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Islam

1. Konsep Jual Beli Dalam Islam

jual beli menurut ulama hanafiyah adalah menukar sesuatu yang disukai dengan sesuatu yang senilai berdasarkan cara yang bermanfaat dan tertentu.⁶² Jual beli sendiri berdasarkan atas kerelaan masing-masing pihak yang berakad. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan tukar menukar harta dengan

⁶⁰ Sultan Arkhan S, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

⁶¹ Nirmawati, wawancara di Parepare tanggal 30 Januari 2022.

⁶² Hisyam bin Muhammad Said Ali Barghasy, *Bai'ut Taqsieth Ahkaamuhu wa Adaabuh*, penerjemah: Abu Umar Al Maidani, h. 29.

harta atau jasa dengan yang lainnya dengan saling merelakan satu sama lain yang sesuai dengan syara'.

Jual beli dalam Islam hukumnya boleh sebagaimana disebutkan dalam Q.S An-Nisa 4/29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Terjemahnya

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁶³

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah melarang hambaNya yang beriman dari memakan harta diantar mereka dengan cara yang batil. Allah juga membolehkan bagi mereka memakan harta dengan cara perniagaan dan pencaharian yang tidak terdapat pengalang-penghalang dan memenuhi syarat seperti saling ridha dan sebagainya.

Adapun jual beli salam adalah bentuk jual beli dengan pembayaran diawal dan pengiriman barang dikemudian hari sesuai dengan harga, spesifikasi, kualitas, kuantitas, tempat tinggal dan tempat pengiriman serta disepakati sebelumnya dalam akad.⁶⁴ Jual beli salam juga di kenal sebagai jual beli pesanan.

Selain itu adapun peraturan transaksi *online* di Indonesia mensyaratkan bahwa para pelaku wajib mempunyai iktikad baik dalam melakukan transaksinya tersebut, Prinsip itikad baik ini telah diformulasikan dalam *Fiqh* modern sebagai *Mabda' Husn An-Niyyah* atau prinsip itikad baik, dalam *Fiqh* Islam berhubungan langsung dengan ahlak atau tingkah laku yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kaidah-kaidah Syariat Islam. Jadi prinsip itikad baik bukan hanya perbuatan batin saja,

⁶³ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah*.

⁶⁴ Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah Klasik Dan Kontemporer*, h. 128.

tetapi merupakan cerminan dan tingkah laku dalam perbuatan yang sesuai dengan hukum-hukum *syari'at*.

Rukun Jual beli Salam hanya mencakup 3 hal yaitu *aqid* orang pemesan dan orang yang menerima pesanan, *ma'qud'alaih* atau objek pesanan, dan *akad*. Beberapa pandangan para ulama menyatakan bahwa *shighat* harus dilakukan dengan lafadz yang menunjukkan kata memesan barang. Bahwasannya dalam transaksi ini harga barang dagangan yang dipesan belum ada tetapi pembayaran dilakukan diawal. Dibolehkannya jual beli ini harus memakai kata memesan atau *salam*.

Disyaratkan pada saat melakukan jual beli *online* hendaknya para pengguna memperhatikan prinsip kehati-hatian, kejujuran dan sewajarnya. Para ulama Madzhab Syafi'i mensyaratkan bahwa jual beli hendaklah barangnya dapat diserahkan. Dalam artian barang tersebut haruslah ada dan bisa dihitung. Barang yang diperjualbelikan harus sesuai kewajaran dan sepenuhnya milik sendiri.

Sedangkan syarat Jual Beli Salam mencangkup harga, modal, dan alat pembayaran, Barang harus jelas, Jelas barang yang dipesan, yaitu barang tersebut masih sejenis dan tidak ada pencampuran barang lain, Barang yang dijual memiliki dimensi yang jelas, meliputi takaran, timbangan, hitungan atau meterannya. Tujuannya untuk menghindari penipuan dan konflik antar kedua belah pihak dalam transaksi. Ada pengaturan tentang sifat barang yang dipesan, namun herga bisa berbeda-beda tergantung kualitas barang yang dipesan.⁶⁵ Ketentuan mengenai waktu dan tempat pengiriman barang, tanggal dan tempat pengiriman barang dapat ditentukan, namun tidak semua jenis barang dapat ditentukan dengan cara ini.⁶⁶ sedangkan syarat lokasi pengiriman adalah apabila barang pesanan memerlukan biaya angkut dan alamat

⁶⁵ Mustafa Diib Al-Bugha, *Fikih Islam Lengkap*, Penerjemah: D.A Pakih sati, h. 268.

⁶⁶ Adimarwan Aswar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, h. 93.

penyerahan, maka pihak terkait yang melakukan transaksi harus menentukan lokasi pengiriman. Namun, jika para pihak dalam akad tidak menentukan lokasi penyerahan tetap sah transaksi tersebut. Sedangkan tempat penyerahan bisa ditentukan kemudian.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, secara garis besar masyarakat di Kota Parepare dalam melakukan transaksi jual beli barang *cakar* telah sesuai dengan konsep jual beli dalam Islam. Adapun konsep jual beli Islam sebagai berikut:

a. Penjual dan pembeli:

- 1) Adanya penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli barang *cakar*.
- 2) Berakal. Penjual dan pembelinya mempunyai akal karena dalam membeli dan menjual barang *cakar* secara *online* dibutuhkan keterampilan.
- 3) Transaksi jual beli barang *cakar* secara *online* dengan kehendaknya sendiri (bukan dipaksa) atau suka sama suka.
- 4) baligh.

b. Barang yang dijual:

- 1) Layak barangnya. Dalam transaksi jual beli barang *cakar*, *cakar* yang diperjualbelikan telah diketahui barangnya itu layak, hal ini dikarenakan yang diperjualbelikan berupa barang atau benda yang bersifat nyata. Sebagaimana terdapat dalam kaidah fiqh telah disebutkan bahwa “asal sesuatu adalah mubah selama tidak terdapat dalil yang menunjukkan keharamannya”.⁶⁷ Benda tersebut suci dan halal dalam benda yang diperjualbelikan. Suci karena benda yang tidak suci yaitu barang tidak boleh menjual barang yang diharamkan seperti miras, bangkai, babi dan patung.

⁶⁷ Imam Musbikin, *Qawa'id Al-Fiqhiyyah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001).

2) Dapat dimanfaatkan. Barang yang diperjualbelikan harus mempunyai manfaat. Sehingga yang membeli tidak merasa dirugikan. Pengertian manfaat ini tentu saja bersifat relatif. Karena pada dasarnya setiap barang mempunyai manfaat. Barang *cakar* memiliki manfaat:

a) Hemat Uang. *Cakar* merupakan pakaian bekas yang dijual dengan harga yang murah meriah. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh pembeli barang *cakar* di Kota Parepare, bahwa:

Alasan saya membeli *cakar* karena harganya yang relatif murah dan juga kualitasnya yang bagus⁶⁸

Saya memilih *cakar* tentu karena harga yang terjangkau dan juga model yang tidak pasaran⁶⁹

b) Tambahan penghasilan. Menjual barang *cakar* secara *online* bisa dilakukan oleh siapa saja dan dari mana saja. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan salah satu penjual barang *cakar* secara *online* di Kota Parepare, bahwa:

Saya memilih memasarkan *cakar* secara *online* karena saya ibu rumah tangga yang memiliki anak kecil, jadi saya tidak bisa membuka toko. Karena kemudahan yang saya dapatkan ketika menjual *cakar* secara *online* sangat banyak itulah mengapa saya memilih menjual *cakar* secara *online* jadi saya bisa tetap berpenghasilan walupun hanya bermodalkan posting produk di *facebook*.⁷⁰

Saya menjual *cakar* secara *online* karena saya bisa memasarkan barang saya ke berbagai penjuru dan juga keuntungan dari penjualan yang sangat menjanjikan jika memasarkan barang secara *online*.⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas, menunjukkan bahwa jual beli *cakar* pada media sosial *facebook* sangat menjanjikan dan bisa menjadi tambahan penghasilan untuk siapa saja dan jual beli dapat dilakukan dari mana saja.

⁶⁸ Sutriani, wawancara di Parepare tanggal 30 Januari 2022.

⁶⁹ Dian, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

⁷⁰ Nirmawati, wawancara di Parepare tanggal 30 Januari 2022.

⁷¹ Sultan Arkhan S, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

- 3) Pemilik orang yang melakukan akad bahwa barang yang menjadi objek perjanjian jual beli harus benar-benar milik penjual secara sah dan apabila barang yang diperjualbelikan bukan milik penjual maka jual belinya batal.⁷²
- 4) Kejelasan dalam artian barang harus ada. Diketahui wujud dan jumlahnya pada saat perjanjian jual beli tersebut diadakan, atau sudah ada sesuai dengan waktu penyerahan yang telah dijanjikan. Seperti halnya barang *cakar* yang hanya dapat dilihat melalui foto yang di posting tetapi tidak dapat dirasakan dan dipegang akan tetapi barang tersebut jelas dilihat dan nyata adanya.
- 5) Kesepakatan. Dalam jual beli harus ada kesepakatan antara penjual dan pembeli sesuai dengan harga barang yang diperjualbelikan.⁷³

c. *Sighat (Ijab Qabul)*

Akad yaitu penyerahan (ijab) dan penerimaan (qabul) dengan perkataan atau ijab qabul dengan perbuatan.⁷⁴ Dalam akad jual beli telah mengucapkan ijab dan kabul maka kepemilikan barang berpindah tangan dari tangan penjual ke tangan pembeli dan untuk nilai uang berpindah sebaliknya. Dalam transaksi jual beli barang *cakar* secara online terpenuhi syarat ijab dan kabul sebagai berikut:

- 1) Jelas dan terang dalam pernyataannya.
- 2) Bersesuaian antara pernyataan ijab dan dan kabul.
- 3) Memperhatikan kesungguhan dari pihak yang bersangkutan.
- 4) Jangan diselingi dengan kata-kata lain antara ijab dan kabul.
- 5) Tidak ada jeda diam yang panjang antara ijab dan kabul.⁷⁵

⁷²Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2010).

⁷³Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah Juz 4*, (Jakarta: Pena Pundi Aksara).

⁷⁴ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah Juz 4*, (Jakarta: Pena Pundi Aksara).

⁷⁵ Khosyi'ah Siah, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2004).

Jual beli yang terjadi di dunia maya tidak jauh berbeda dengan jual beli yang ada pada dunia nyata. Yaitu adanya penjual, pembeli, objek yang diperjualbelikan maupun dari akadnya. Hanya saja yang membedakan dari segi transaksinya. Dalam dunia nyata model jual beli yang sering digunakan yaitu bertatap muka antara penjual dan pembeli. Berbeda dengan model transaksi yang ada dalam dunia maya, kebanyakan orang melakukan suatu transaksi misalnya jual beli tanpa mengetahui bagaimana objek yang diperjual belikan tersebut baik atau tidak dalam artian keadaannya maupun keberadaannya. Dan juga antara penjual dan pembeli tidak secara langsung melakukan transaksi tersebut. Akan tetapi seiring berkembangnya zaman, tidak sedikit orang memilih cara bertransaksi secara *online* dengan alasan menghemat waktu, biaya dan lain sebagainya. Padahal hal tersebut sangat berbahaya karena sering sekali terjadi penipuan.

Berdasarkan Analisis dari hasil wawancara untuk menghindari penipuan maka metode pembayaran yang dipilih harus jelas kemudian setelah pembayaran dilakukan pengecekan, adanya ketentuan mengenai waktu dan tempat pengiriman barang yang jelas agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

Jual beli barang *cakar* secara *online* yaitu jual beli yang dilakukan oleh seorang penjual dan pembeli dengan cara *online*. Yang mana penjual mempromosikan barang yang akan dijual menggunakan media sosial *Facebook*, sedangkan si pembeli menawarnya juga melalui *Facebook* juga. Meskipun dari situ para penjual dan pembeli kemudian melakukan transaksinya secara langsung atau secara *online*.

Transaksi jual beli barang *cakar* secara *online* dari segi akad, penentuan harga, proses penyerahan barang maupun dari aspek kepemilikan barang semuanya jelas. Hal

ini pun sesuai dalam hukum ekonomi Islam kecuali syarat-syaratnya tidak terpenuhi maka jual beli tersebut dilarang karena dapat merugikan salah satu pihak.

2. Prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Islam

Jual beli harus memenuhi unsur-unsur serta syarat-syarat yang sudah ditetapkan oleh hukum Islam. Jika tidak demikian maka jual beli dapat dikatakan batal atau tidak sah, jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* di Kota Parepare sudah sesuai dengan hukum ekonomi Islam, yang pada praktiknya segala bentuk transaksi dibolehkan selama tidak ada dalil yang mengharamkannya, lebih banyak manfaat dibandingkan mudharatnya, terdapat kerelaan dalam pelaksanaannya, adil dan terhindar dari unsur *gharar* yang dapat merugikan. Berikut merupakan analisis transaksi jual beli barang *cakar* secara *onlina* berdasarkan prinsip hukum ekonomi Islam, antara lain:

a. Prinsip Aqidah, atau Prinsip Tauhid.

Prinsip ini merupakan fondasi hukum Islam yang menekankan bahwa, harta benda yang kita kuasai hanyalah amanah dari Allah sebagai pemilik hakiki sehingga kita harus memperolehnya dan mengelolanya dengan baik dan mencari kemanfaatan karunia Allah. Manusia dapat berhubungan langsung dengan Allah, ekonomi Islam merupakan ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Sistem ini bertitik tolak dari Allah dan bertujuan akhir kepada Allah, dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syari'at Allah.

Jual beli barang *cakar* pada aplikasi *facebook* yang dilaksanakan oleh masyarakat Parepare menggunakan jual beli salam yang dalam praktiknya tidak bertentangan dengan hukum ekonomi Islam di karenakan dalam proses jual belinya telah memenuhi rukun dan syarat dalam jual beli.

b) Prinsip Keadilan

mencakup seluruh aspek kehidupan, merupakan prinsip yang penting sebagaimana Allah memerintahkan adil di antara sesama manusia.

Jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* ini terdapat keadilan antar penjual dan pembeli sebagaimana hasil wawancara pembeli bisa menukar barangnya jika terdapat cacat.

c) Prinsip kebaikan

pemberian manfaat kepada orang lain lebih dari pada hak orang lain itu.

Jual beli barang *cakar* di media sosial *facebook* mendatangkan manfaat bukan hanya untuk penjual tetapi pembeli juga merasakan manfaat dari transaksi yang telah terjadi.

d) Prinsip pertanggungjawaban

Meliputi beragam aspek, yakni: pertanggungjawaban antara individu dengan individu, pertanggungjawaban dalam masyarakat. Manusia dalam masyarakat diwajibkan melaksanakan kewajibannya demi terciptanya kesejahteraan anggota masyarakat secara keseluruhan serta tanggung jawab pemerintah.

Jual beli barang *cakar* secara online di Kota Parepare tidak ada kendala yang serius yang dihadapi karena pembeli dan penjual sudah paham mengenai praktik jual beli *cakar* secara online.

e) Prinsip keseimbangan

syariat Islam mengakui hak pribadi dengan batasan-batasan tertentu. Syari'at menentukan keseimbangan kepentingan individu dan kepentingan masyarakat.

Jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* ini terdapat keseimbangan antar kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli. Sebagaimana yang dikatakan oleh Sultan selaku penjual barang *cakar* yaitu:

Penjualan barang *cakar* secara online sangat menguntungkan jika kita sudah mengetahui target pasarnya.⁷⁶

Kegemaran saya dalam membeli *cakar* secara online bermula karena harga yang bersahabat dan juga modelnya yang tidak pasaran.⁷⁷

Pada dasarnya jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* menguntungkan dua belah pihak baik penjual maupun pembeli karena keduanya memperoleh apa yang mereka inginkan. Jual beli barang *cakar* memiliki lebih banyak manfaat daripada kerugiannya terhadap masyarakat.

f) Prinsip kejujuran dan kebenaran

Prinsip ini merupakan sendi akhlakul karimah. Prinsip transaksi yang meragukan dilarang, akad transaksi harus tegas, jelas dan pasti. Baik benda yang menjadi objek akad maupun harga barang yang diakadkan itu. Prinsip transaksi yang merugikan dilarang dan setiap transaksi yang merugikan diri sendiri maupun pihak kedua dan pihak ketiga dilarang. Prinsip mengutamakan kepentingan sosial, prinsip ini menekankan pentingnya kepentingan bersama yang harus didahulukan tanpa menyebabkan kerugian individu. Sebagaimana kaidah fiqhiyah “bila bertentangan antara kemaslahatan sosial dan kemaslahatan individu, maka diutamakan kepentingan kemaslahatan sosial”.⁷⁸

Prinsip manfaat, objek transaksi harus memiliki manfaat, transaksi terhadap objek yang tidak bermanfaat menurut syariat dilarang. Prinsip transaksi yang

⁷⁶ Sultan Arkhan S, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

⁷⁷ Dian, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

⁷⁸ Agus Arwani, ‘Epistemologi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah)’, Jurnal *Religia* 15.1 (2012).

mengandung riba dilarang, prinsip suka sama suka dan saling rela, prinsip kepemilikan yang jelas, prinsip tiada paksaan. Setiap orang memiliki kehendak yang bebas dalam menetapkan akad, tanpa tunduk kepada paksaan transaksi apapun, kecuali hal yang diharuskan oleh norma keadilan dan kemaslahatan masyarakat. Seperti hasil wawancara dengan Sultan dan Sanah bahwa:

Sebelum mengirimkan barang *cakar* kepada pembeli terlebih dahulu saya menginformasikan mengenai kondisi dari barang *cakar* tersebut. Sehingga sangat jarang terjadi keluhan dari konsumen mengenai kondisi barang *cakarnya*.⁷⁹

Saya jarang menemukan cacat yang parah ketika membeli barang *cakar* secara *online*.⁸⁰

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, atau aturan (norma) etika tersebut diwujudkan dalam bentuk aturan hukum. Sebagai kontrol terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi

Etika bisnis hanya bisa berperan dalam suatu komunitas moral, tidak merupakan komitmen individual saja, tetapi tercantum dalam suatu kerangka sosial. Etika bisnis menjamin bergulirnya kegiatan bisnis dalam jangka panjang, tidak berfokus pada keuntungan jangka pendek saja. Etika bisnis akan meningkatkan kepuasan pegawai yang merupakan *stakeholders* yang penting untuk diperhatikan.

Sehingga dalam praktiknya jual beli barang *cakar* pada aplikasi *facebook* yang dilakukan masyarakat Parepare menerapkan prinsip kejujuran dan kebenaran karena pembeli menuturkan bahwa dalam jual beli barang *cakar* tidak ada pihak yang

⁷⁹ Sulran Arkhan S, wawancara di Parepare tanggal 31 Januari 2022.

⁸⁰ Sanah, wawancara di Parepare tanggal 30 Januari 2022.

dirugikan, mereka saling membantu dan sesuai dengan yang diinginkan oleh kedua belah pihak.

Praktik jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* yang dilakukan oleh masyarakat di kota Parepare, jika dilihat dari penuturan beberapa informan dengan mengambil beberapa sampel dari penjual dan pembeli yang berbeda, dapat disimpulkan bahwa di dalam jual beli barang *cakar* tersebut sama sekali tidak melanggar prinsip hukum ekonomi Islam. Dengan adanya kesepakatan dan pengetahuan antara penjual dan pembeli sebelumnya tentang barang *cakar* sehingga praktik jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* ini lebih banyak mendatangkan keuntungan bagi kedua belah pihak yaitu antara penjual dan pembeli dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Oleh karena itu jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* yang terdapat di Kota Parepare telah memenuhi hukum jual beli dan rukun jual beli yang sesuai hukum Islam. Jual beli tersebut juga telah memenuhi akad jual beli salam yaitu

- a) Jelas jenis barang yang dipesan.
- b) Jelas sifat barangnya.
- c) Bentuk akad harus jelas.
- d) Ukuran atau kadarnya diketahui.
- e) Masanya tertentu (diketahui).
- f) Mengetahui kadar ukuran, modal/harga.
- g) Menyebutkan tempat pemesanan/penyerahan

Dilihat dari aspek prinsip hukum ekonomi Islam jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* adalah boleh dilaksanakan karena telah memenuhi prinsip

aqidah atau tuhid, prinsip keadilan, prinsip kebaikan, prinsip pertanggungjawaban, prinsip keseimbangan, prinsip kejujuran dan kebenaran.



BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam Bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penjelasan mengenai praktik jual beli *cakar* pada media sosial *facebook* di Kota Parepare, dapat disimpulkan bahwa proses jual beli pertama penjual dan pembeli bertransaksi melalui media sosial *facebook* melalui komentar atau chat mengenai barang yang diperjualbelikan. Setelah adanya kesepakatan mengenai barang yang akan dibeli dan harga barang selanjutnya kedua belah pihak menentukan mekanisme pembayaran yang digunakan yaitu transfer antar bank atau *cash on delivery* (COD). Dalam transaksi ini barang yang diperjual belikan yaitu *cakar* yang merupakan pakaian bekas layak pakai. Barang *cakar* tersebut milik penjual kemudian setelah transaksi, barang akan berpindah tangan dari penjual ke pembeli dengan mengirimkan barang *cakar* tersebut ke alamat yang sudah di tentukan oleh penjual.
2. Jual beli *cakar* dalam tinjauan hukum ekonomi Islam, jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* di Kota Parepare hukumnya sah, karena telah memenuhi rukun dan syarat jual beli menurut hukum ekonomi Islam yaitu *Aqid* (dua orang yang melakukan akad), *Ma'qud'alaih* (objek pesanan), *Akad* (*ijab qabul*). Dalam jual beli barang *cakar*, mekanisme yang digunakan yaitu jual beli salam karena praktik yang digunakan memakai cara *online* yaitu barang *cakar* akan dikirimkan setelah penjual dan pembeli menyepakati mekanisme pembayarannya. Dalam

aspek hukum ekonomi Islam, jual beli barang *cakar* pada media sosial *facebook* telah memenuhi prinsip hukum ekonomi Islam yaitu prinsip aqidah atau tuhid, prinsip keadilan, prinsip kebaikan, prinsip pertanggungjawaban, prinsip keseimbangan, prinsip kejujuran dan kebenaran.

B. Saran

Untuk para konsumen barang *cakar*, diharapkan lebih teliti pada saat membeli barang *cakar* agar tidak tertipu. Karena banyaknya orang yang menawarkan barang *cakar* yang murah tetapi tidak jelas kelayakannya yang pada akhirnya timbul kekecewaan setelah membelinya. Untuk para penjual barang *cakar*, diharapkan lebih berhati-hati pada saat menerima bukti transfer untuk mengeceknya lebih detail agar terhindar dari penipuan dan diharapkan dapat menjelaskan secara detail mengenai kondisi barang *cakar* pada saat memposting barang *cakar* tersebut. Hendaknya pembaca khususnya untuk konsumen barang *cakar* lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli barang *cakar* pada aplikasi *facebook*, karena jika seseorang kurang memahami, maka dapat menjadi korban penipuan.

DAFTAR PUSTAKA

AL-Qur'an Al-Karim

1. Sumber Buku

- Ahmadi Abu dan Abdul Fatah Idris, *Fikih Islam Lengkap*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.
- Al-Bugha, Mustafa Diib, *Fikih Islam Lengkap*, Penerjemah: D.A Pakihsati. Solo: Media Zikir, 2009.
- Al-Juzairi, Syaikh Abdurrahman, *Fikih Empat Madzhab Jilid 3*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2015.
- Anshori, Abdul Ghofur. 2010. *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Barghasy, Hisyam bin Muhammad Said Ali. *Bai'ut Taqsieth Ahkaamuhu wa Adaabuh*, penerjemah: Abu Umar Al Maidani. Solo: At-Tibyan.
- Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahan*.
- Djuwaini, Dimyauddin, *Pengantar Fiqih Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015.
- Haroen, Nasrun, *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Karim, Adimarwan Aswar, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Madcoms, *Gaul Berteman Lewat Facebook*. Yogyakarta: Andi Publisher, 2009.
- Mas'adi Ghufroon, *Fiqh Mu'Amalah Kontekstual*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Musbikin, Imam. 2001. *Qawa'id Al-Fiqhiyyah*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.
- Muslich, Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2013.
- Mustofa Imam, *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Yogyakarta: STAIN Metro Lampung, 2014.
- Nasir, Moh, *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Nawawi, Ismail, *Fiqh Muamalah Klasik Dan Kontemporer*. Bogor: Haila Indonesia, 2012.

- Nimpuno, Hanjoyo Bono, *Kampus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pandom Media Nusantara, 2014.
- Noor, Juliansyah, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Sabiq, Sayyid, *Fikih Sunnah 5*, Tahkik dan Takhrij: Muhammad Nasiruddin Al-Albani.
- Sabiq, Sayyid, *Fikih Sunnah Jilid 2*, Bandung: Al-Maarif, 1997.
- Sabiq, Sayyid, *Fiqh Sunnah Juz 4*. Jakarta: Pena Pundi Aksara. 2006.
- Siah, Khosyi'ah, *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia. 2004.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta, 2013.
- Tohardi, Ahmad, *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. Tanjungpura: University pres, 2019.
- Trianto, *Pengantar Penelitian Pendidikan bagi Pengembangan Profesi Pendidikan dan Tenaga Kependidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group Cet 1, 2010.
- Ukas, *Pemahaman Hukum Ekonomi Indonesia*. Batam: CV. Batam Publisher, 2019.
- Wahab, Muhammad Abdul, *Gharar Dalam Transaksi Modern*. Jakarta: Lentera Islam, 2019.
2. Sumber Jurnal Ilmiah
- Amiruddin, Muhammad Majdy. 'Khiyar (hak untuk Memilih) dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalara dan Blibli.' *FALAH Jurnal Ekonomi Syariah*, 1.1 (2016).
- Andhini Amelia, 'Pengaruh Transaksi *Online Shopping*, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-commerce.' *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6.7 (2017).
- Arwani Agus, 'Epistemologi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah).' *Jurnal Religia*, 15.1 (2012).
- Fauzi, Ahmad, "Jual Beli Pakaian Bekas Dalam Perspektif Fikih Muamalah Iqtishodiyah," *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.2 (2019).
- Siagian, Ade Onny, Rini Martiwi, and Natal Indra. 'Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital.' *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3.3 (2020).

Sunarti, Louisia Wisnuwardhani and Imam Suyadi, “Upaya Peningkatan Penjualan Baju Bekas Melalui Media *Facebook*”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1.1 (2015).

Wiratama Jansen, Sarif Hidayat and Hari Suryantoro, ‘Pengaruh Media Sosial *Facebook* Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia’, *Jurnal Simetris*, 8.2 (2017).

3. Sumber Skripsi

Adibah, Faizatul. 2017. “Jual Beli Pakaian Bekas Di Tugu Pahlawan Kota Surabaya (Tinjauan UU Perdagangan No 7 Tahun 2014 dan Fiqh Muamalah)”. Skripsi Sarjana; Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah: Malang.

Awalia, Nur. 2019. “Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas Di Pasar Sumpang Kota Parepare (Kontestasi Hukum Ekonomi Islam)”. Skripsi Sarjana; Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam: Parepare.

Dewi, Radix Prima. “Sosial Media Sebagai Sarana Jual Beli Online”. Tugas Kuliah; Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN): Sorong.

Mirsah, Andi Paba’bari. 2020. “Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (*Facebook*) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Makassar Dagang)”. Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar: Makassar. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/17671>.

Qadariah, ST. 2017. “Praktik Jual Beli Pesanan Di Kelurahan Salo Kabupaten Pinrang (Analisis Hukum Islam)”. Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam: Parepare.

Wati, Dita Septika. 2016. “Praktik Jual Beli Pakaian Impor Bekas (Studi Kasus di Kota Salatiga)”. Skripsi Sarjana; Jurusan Hukum Ekonomi Syaria’ah: Salatiga.

4. Sumber Internet

<https://kbbi.web.id/impor>.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.285/In.39.6/PP.00.9/01/2022

Lamp. : -

Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

Di

Tempat

Assalamu Alaikum Wr.wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare:

Nama : LAELATUL RAKHMAWATI
Tempat/ Tgl. Lahir : Parepare, 15 Mei 1999
NIM : 17.2200.054
Fakultas/ Program Studi : Syariah dan Ilmu Hukum Islam/
Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani Km 5, Kel. Bukit Harapan, Kec.
Soreang, Kota Parepare.

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul:

"Jual Beli Barang Cakar Pada Media Sosial Facebook di Kota Parepare (Tinjauan Hukum Ekonomi Islam)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Januari sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr.wb.

Parepare, 28 Januari 2022

Dekan,



H. Rusdya Basri



SRN IP000094

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpitp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 94/IP/DPM-PTSP/2/2022

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 45 Tahun 2020 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
 NAMA : **LAELATUL RAKHMAWATI**
 UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
 Jurusan : **HUKUM EKONOMI SYARIAH (MUAMALAH)**
 ALAMAT : **JL. JEND. A. YANI NO. 100 PAREPARE**
 UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **JUAL BELI BARANG CAKAR PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM)**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN SE-KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **07 Pebruari 2022 s.d 07 Maret 2022**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
 b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
 Pada Tanggal : **08 Februari 2022**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE



Hj. ST RAHMAH AMIR ST, MM
 Pangkat : **Pembina, (IV/A)**
 NIP : **19741013 200604 2 019**

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keabsahannya dengan terdaftar di database DPMPITSP Kota Parepare (scan QRCode)








PEMERINTAH KOTA PAREPARE KECAMATAN SOREANG

Jalan Laupe No. 163 Telepon (0421) 25694 Parepare
Email : soreang@pareparekota.go.id Website : www.pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 893.7/63 /KCS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **YOSEP LOBO, S. STP**
Nip : 19840907 200212 1 002
Jabatan : Sekretaris Camat Soreang

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswa/i yang tersebut di bawah ini :

Nama : **LAELATUL RAKHMAWATI**
Universitas/Lembaga : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : JL.Jend A Yani No.100 Parepare

Dinyatakan selesai melaksanakan penelitian/wawancara dalam rangka penyusunan/pembuatan skripsi dengan judul “ **JUAL BELI CAKAR PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM)** ”, Selama TMT 07 Februari 2022 s/d 07 Maret 2022, berdasarkan surat dari Kantor Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Nomor : 94/IP/DPM-PTSP/2/2022 Tanggal 08 Februari 2022 Perihal : **Rekomendasi Penelitian.**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

An. **CAMAT SOREANG,**
Sekretaris Camat



YOSEP LOBO, S. STP

Pembina, IV/a
N I P. 19840907 200212 1 002

Tembusan :

1. Walikota Parepare sebagai Laporan;
2. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare di Parepare;
3. Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare di Parepare;
4. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare;
5. Arsip.



Nama Mahasiswa : Laelatul Rakhmawati
Nim : 17.2200.054
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Jual Beli Barang *Cakar* Pada Media Sosial Facebook di Kota Parepare (Tinjauan Hukum Ekonomi Islam)

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara Untuk Penjual Barang *Cakar* :

1. Apa yang melatar belakangi Anda untuk melakukan usaha jual beli barang *cakar* melalui facebook?
2. Mengapa Anda memilih memasarkan barang *cakar* secara *online*?
3. Mengapa Anda memilih media sosial facebook sebagai tempat pemasaran barang *cakar* yang anda jual?
4. Bagaimana penjualan barang *cakar* di facebook di situasi normal dengan situasi pandemi saat ini?
5. Barang *cakar* apa yang Anda jual di facebook?

6. Apa yang Anda lakukan agar dapat menarik minat konsumen dalam membeli barang *cakar*?
7. Adakah hambatan dan rintangan dalam menjalankan usaha jual beli barang *cakar* secara *online* ini?
8. Bagaimana mekanisme atau cara jual beli secara *online* pada media sosial facebook?
9. Bagaimana cara Anda menyakinkan pembeli bahwa barang yang diperjualbelikan dalam kondisi baik?
10. Bagaimana cara Anda menentukan ukuran barang *cakar* yang akan di jual?
11. Bagaimana cara Anda menentukan harga pada barang *cakar*?
12. Apa yang Anda lakukan apabila ada pembeli yang komplain karena menemukan adanya cacat pada barang?
13. Apa yang Anda lakukan apabila ada pembeli yang mengajukan pembatalan akad jual beli karena adanya aib pada barang?

Wawancara Untuk Pembeli Barang Cakar :

1. Apakah Anda sering berbelanja barang *cakar* secara *online*?
2. Bagaimana Anda bisa mengetahui adanya jual beli barang *cakar* secara *online*?
3. Mengapa Anda memilih membeli barang *cakar* secara *online*?
4. Apa alasan Anda tertarik dengan barang *cakar* di facebook?
5. Barang *cakar* apa saja yang dibeli secara *online*?
6. Apakah barang *cakar* yang dijual secara *online* sesuai dengan kualitas barang?

7. Apakah Anda pernah menerima barang yang mengandung cacat atau tidak sesuai dengan spesifikasi?
8. Apakah Anda pernah mengajukan pengembalian barang yang telah dibeli?
9. Apabila barang yang Anda beli terdapat cacat, apakah boleh mengajukan pertukaran barang atau pengembalian uang?

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul diatas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 15 Februari 2022

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



(Dr. Hj. Muliati, M.Ag.)
19601231 199103 2 004



(Hj. Sunuwati, Lc., M.HI.)
19721227 200501 2 004

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama SULTAN ARKHAN.S

Umur 25 TAHUN

Pekerjaan WUSAHA

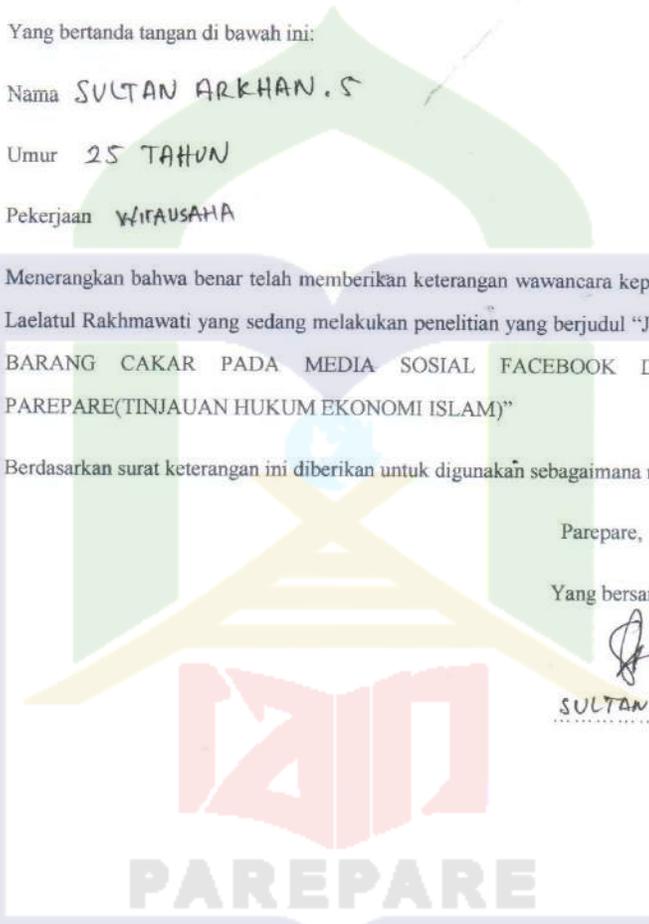
Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Laelatul Rakhmawati yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "JUAL BELI BARANG CAKAR PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI KOTA PAREPARE(TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM)"

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,

Yang bersangkutan


SULTAN ARKHAN.S


PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

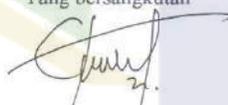
Nama : Sutriani
Umur : 22
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Laelatul Rakhmawati yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "JUAL BELI BARANG CAKAR PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM)"

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,

Yang bersangkutan



..SUTRIANI.....

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NIRMAWATI

Umur : 31 tahun

Pekerjaan : WIRASWASTA

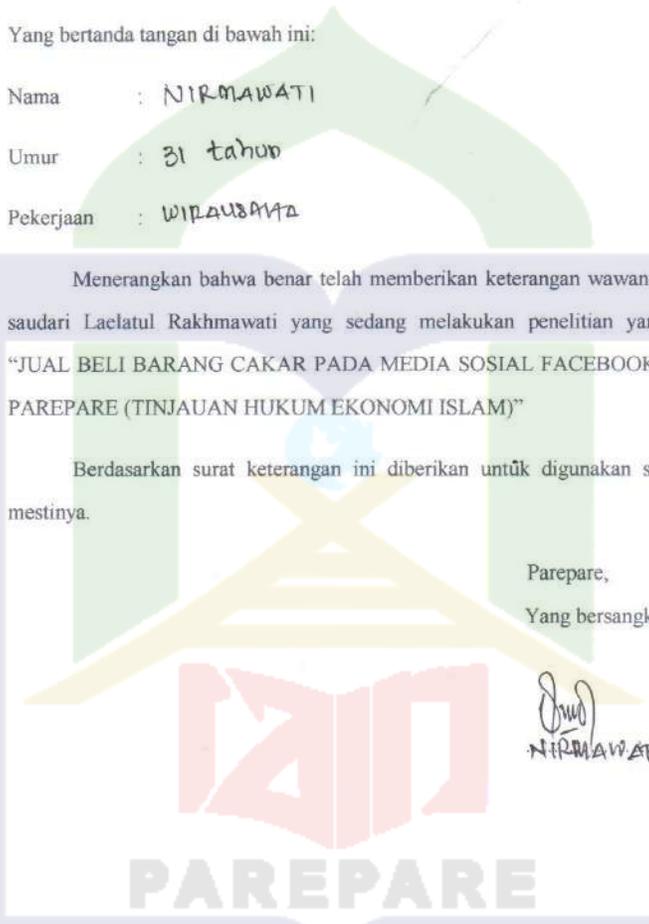
Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Laelatul Rakhmawati yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "JUAL BELI BARANG CAKAR PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM)"

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,

Yang bersangkutan


NIRMAWATI


PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lia

Umur : 18

Pekerjaan : Pelajar

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Laelatul Rakhmawati yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "JUAL BELI BARANG CAKAR PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM)"

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,

Yang bersangkutan


.....
Lia

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah

Umur : 45

Pekerjaan : IRT

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Laelatul Rakhmawati yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "JUAL BELI BARANG CAKAR PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM)"

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,

Yang bersangkutan

Sarah
..... Sarah

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

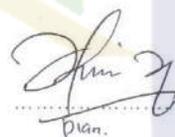
Nama : Dian
Umur : 21
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Laelatul Rakhmawati yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "JUAL BELI BARANG CAKAR PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM)"

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,

Yang bersangkutan



Dian.

PAREPARE

DOKUMENTASI







BIODATA PENULIS



Laelatul Rakhmawati, lahir di Kabupaten Tegal, Jawa Tengah pada tanggal 15 Mei 1999. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Waris dan Nurhasanah. Penulis memulai pendidikan di bangku Sekolah Dasar (SD) Negeri 62 Parepare, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah tingkat menengah SMP Negeri 4 Parepare. Selanjutnya SMK Negeri 3 Parepare. Dan melanjutkan jenjang pendidikan di perguruan tinggi Islam yakni Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare sekarang telah beralih menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada tahun 2017 sampai dengan penulisan skripsi ini. Dengan memilih Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah). Penulis juga bergabung dalam organisasi kampus yakni Lintasan Imajinasi Bahasa Mahasiswa (LIBAM) IAIN Parepare. Pada semester akhir, penulis melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di Pengadilan Agama Pangkep dan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM-DR) tahun 2020 di Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Penulis memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) dengan mengajukan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul **“Jual Beli Barang Cakar Pada Media Sosial Facebook di Kota Parepare (TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM).”**

