

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA JUAL BELI
HANDPHONE SECOND MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK**

(Studi Kasus Pada Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
GIGIH IVAN MAULANA VALID
NIM. 1917201297

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gigih Ivan Maulana Valid
NIM : 1917201297
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Jual Beli
Handphone Second di Media Sosial Facebook (Studi
Kasus pada Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO)

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 23 Juli 2023

Saya yang menyatakan,



Gigih Ivan Maulana Valid

NIM. 1917201297



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA JUAL BELI
HANDPHONE SECOND MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK (STUDI
KASUS PADA GRUP JUAL BELI HP PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudara **Gigih Ivan Maulana Valid NIM 1917201297** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu, 04 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Sochimim, Lc., M.Si.

NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Shofiyulloh, M.H.I.

NIP. 19870703 201903 1 004

Pembimbing/Penguji

Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.

NIP. 19911224 202012 2 014

Purwokerto, 19 Oktober 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan Skripsi dari saudara Gigih Ivan Maulana Valid NIM. 1917201297 yang berjudul:

**Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Jual Beli
Handphone Second Melalui Media Sosial Facebook (Studi Kasus pada
Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO)**

Saya berasumsi bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 23 Juli 2023

Pembimbing,



Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.

NIP. 19911224202012 2 014

MOTTO

“Ngeli nanging aja keli”

(Mengikuti arus tapi jangan terbawa arus)



**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA JUAL BELI
HANDPHONE SECOND DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK (Studi Kasus di
Grup Jual Beli HP Purwokerto)**

Gigih Ivan Maulana Valid

NIM : 1917201297

Email: gigihivan@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas
Islam Negeri Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Manusia telah melakukan jual-beli untuk waktu yang sangat lama. Islam mensyariatkan jual beli sebagai metode untuk memenuhi kebutuhan dasar dengan cara yang adil. Seandainya tidak disyariatkan sebuah jalan yang adil untuk memenuhi kebutuhan mereka, tentunya akan menimbulkan *kemudharatan* dan kerusakan bagi kehidupan mereka terutama orang lemah. Perkembangan jual beli ini tidak hanya terjadi secara langsung di suatu tempat, namun sekarang sudah merambah ke media sosial. Namun, praktik jual beli di media sosial ini masih dipertanyakan apakah sesuai dengan etika bisnis Islam.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada jual beli *handphone second* di media sosial facebook pada grup JUAL BELI HP PURWOKERTO. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis Miles and Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli di media sosial facebook belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Analisis praktik jual beli melalui media sosial facebook menunjukkan bahwa baik konsep keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan tidak dilaksanakan dengan baik oleh para pelaku jual beli. Mengingat berdasarkan fakta tersebut, maka proses jual beli di media sosial facebook pada grup JUAL BELI HP PURWOKERTO masih belum sesuai dengan etika bisnis Islam.

Kata Kunci: Etika bisnis Islam, jual beli, media sosial.

ANALYSIS OF THE APPLICATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS IN THE SELLING AND BUYING OF SECOND PHONES ON FACEBOOK SOCIAL MEDIA (Case Study In Jual Beli HP Purwokerto Group)

Gigih Ivan Maulana Valid

NIM: 1917201297

Email: gigihivan@gmail.com

Study Program of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Humans have been buying and selling for a very long time. Islam prescribes buying and selling as a method of meeting basic needs in a fair way. If it is not prescribed a just way to meet their needs, of course it will cause harm and damage to their lives, especially the weak. The development of buying and selling does not only occur directly in one place, but now it has penetrated into social media. However, the practice of buying and selling on social mCedia is still questionable whether it is in accordance with Islamic business ethics.

The purpose of this study is to analyze the application of Islamic business ethics to the buying and selling of second hand mobile phones on Facebook social media in the JUAL BELI HP PURWOKERTO group. This research is a field research with a qualitative research type. Data collection techniques are carried out by means of observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques were carried out by Miles and Huberman analysis, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The data checking technique in this study used the triangulation method.

The research results show that buying and selling practices on Facebook social media are not in accordance with Islamic business ethics. Analysis of buying and selling practices via the social media Facebook shows that the concepts of oneness, balance, free will, responsibility and virtue are not implemented well by the perpetrators of buying and selling. Considering these facts, the buying and selling process on Facebook social media in the JUAL BELI HP PURWOKERTO group is still not in accordance with Islamic business ethics.

Keywords: Islamic bisnis ethics, buying and selling, social media

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA (ARAB LATIN)

Transliterasi kata-kata yang dipakai pada penelitian ini pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1978 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Ṣa</i>	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ḥa</i>	ḥ	ha (dengan garis bawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Ḍal</i>	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Ṣad</i>	Ṣ	es (dengan garis di bawah)
ض	<i>Ḍad</i>	Ḍ	de (dengan garis di bawah)

ط	<i>Ta</i>	<u>T</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	<i>za</i>	<u>Z</u>	Zet (dengan garis di bawah)
ع	<i>'ain</i>	'	koma terbalik di atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Laf</i>	L	'el
م	<i>Mim</i>	M	'em
ن	<i>Nun</i>	N	'en
و	<i>Waw</i>	W	W
ه	<i>Ha'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	“	Apostrof
ي	<i>Ya'</i>	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عِدَّة	ditulis	'iddah
--------	---------	--------

3. Ta' Marbutah di akhir kata bila dimatikan di tulis h

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak dapat diberlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الأولياء	ditulis	<i>karâmah al-aulyâ'</i>
----------------	---------	--------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah*, *kasrah* atau *dhammah* maka ditulis t

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakât al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal Pendek

َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
ِ	<i>kasrah</i>	Ditulis	I
ُ	<i>dhammah</i>	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + Alif	ditulis	Ā
	جاهلية		<i>Jâhiliyah</i>
2.	Kasrah + ya' mati	ditulis	Ā
	تنسى		<i>Tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	Ī
	كريم		<i>Karīm</i>
4.	Dhammah + wawu mati	ditulis	Ū
	فروض		<i>Furūd</i>

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم		<i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول		<i>Qaul</i>

7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	<i>a''antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u''iddat</i>

8. Kata Sandang Alif dan Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القياس	ditulis	<i>al-qiyâs</i>
--------	---------	-----------------

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya serta menghilangkan huruf l (el) nya

السماء	ditulis	<i>as-samâ</i>
--------	---------	----------------

9. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروف	ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamin, penulis panjatkan kepada Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penelitian yang berjudul “**Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Jual Beli *Handphone Second* Melalui Media Sosial Facebook (Studi Kasus di Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO)**” dapat terselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada suri tauladan bagi manusia, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan seluruh umatnya, *aamiin*.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan program Sarjana (S1) jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak selama proses penyusunannya, baik dukungan moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Atabik, M.Ag., Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Iin Solikhin, M.Ag., Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si., Koordinator Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Ayu Kholifah, S.H.I., M.H., Dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Seluruh Dosen dan Civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya dan membantu proses studi penulis
10. Kepada orang tua terkasih beserta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis, serta do'a terbaik sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
11. Rekan-rekan penulis yang telah mengukir senyum dan selalu memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini, terkhusus istri saya Siti Mirzanah Nur Sulistiani.
12. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Dan terakhir, saya berterima kasih kepada diri sendiri yang sudah mau berjuang menyelesaikan skripsi ini dengan segala keterbatasan yang ada.

Atas segala dukungan dan do'a yang diberikan, penulis mengucapkan *Jazakumullah Khoiron Katsiraa*. Semoga mendapat keberkahan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karenanya penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang ada. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan kebaikan dan kebermanfaatan bagi pembaca, *aamiin*.

Purwokerto, 23 Juli 2023



Gigih Ivan Maulana Valid

NIM. 1917201297

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI INDONESIA.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional.....	6
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat.....	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Jual Beli	13
1. Pengertian Jual Beli	13
2. Dasar Hukum Jual Beli	14
3. Rukun dan Syarat Jual Beli.....	15
4. Jual Beli Yang di Larang	17
5. Berselisih Dalam Jual Beli.....	18
6. Jual Beli Dunia Maya/ <i>Online (E-Commers)</i>	19
B. Media Sosial	21
1. Pengertian Media Sosial.....	21

2. Media Sosial Sebagai Sarana Jual Beli.....	22
3. Facebook Sebagai Sarana Jual Beli.....	23
C. Etika Bisnis Islam	25
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	25
2. Konsep Dasar Etika Bisnis Islam.....	25
3. Landasan Teologis Etika Bisnis Islam.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	34
D. Sumber Data Penelitian	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Teknik Analisis Data.....	37
1. Reduksi Data.....	37
2. Penyajian Data	38
3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi	39
G. Uji Keabsahan Data.....	39
BAB IV PEMBAHASAN.....	41
A. Gambaran Umum Media Sosial	41
B. Jual Beli <i>Handphone Second</i> Lewat Media Sosial Facebook	42
C. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Jual Beli <i>Handphone Second</i> Di Media Sosial Facebook pada Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO	58
1. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam.....	58
2. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli di Media Sosial Facebook.....	64
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Anggota Grup Jual Beli Handphone di Media Sosial Facebook di Purwokerto tahun 2023



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Transaksi Beli *Handphone* di Facebook

Gambar 1.2 Proses Transaksi Jual *Handphone* di Facebook



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Praktik jual beli telah ada sejak zaman dahulu, praktik jual beli tersebut dilakukan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Karena sifat manusia adalah pekerja maka tidak dapat dipungkiri bahwa jual beli merupakan bagian dari kehidupan manusia. Hanya saja alat tukar yang digunakan dalam setiap zaman berbeda. Pada zaman dahulu alat tukar dalam proses jual beli biasanya menggunakan barang untuk ditukar atau biasa disebut dengan sistem barter yang memiliki nilai yang sama. Dengan saling menukar barang tersebut setiap orang dapat melengkapi kebutuhan hidup masing-masing, baik dari pihak penjual maupun pembeli (Gozali, 2019)

Menurut syariat Islam, jual beli merupakan cara untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan cara yang adil. Jual beli tersebut merupakan sarana atau jalan yang ditempuh dalam mencapai kemanfaatan bagi umat manusia agar terhindar dari *kemudharatan* yang menimbulkan dampak buruk terutama bagi kaum yang lemah (Hidayat, 2005, p. 16). Pada dasarnya manusia hidup untuk saling membutuhkan, tidaklah dapat tercapai kebutuhan seorang individu tanpa memperoleh apa yang dibutuhkan dari pihak lain. Contohnya seperti seorang petani padi, dia memanen padinya sehingga menghasilkan beras untuk orang lain. Tapi dalam memenuhi kebutuhan lainnya seperti lauk pauk, sandang dan sebagainya tidak akan ia peroleh tanpa melalui proses jual beli dari pihak lain (Gozali, 2019).

Jual beli dilaksanakan atas dasar keikhlasan antara penjual

dan pembeli, atau memindahkan kepemilikan sesuai dengan ajaran Islam (Lubis, 2004, p. 128). Jual beli yang diijinkan oleh Islam adalah jual beli tanpa ada unsur unsur riba, *maysir*, dan *gharar*. Jual beli dikatakan sah jika sesuai dengan syarat-syarat yang ditetapkan dalam Islam. Menurut Wahbah Zuhaili dalam kitabnya dan jumbuh ulama menyatakan ada 4 rukun jual beli mulai dari *sighat* yaitu penjual dan pembeli, barang yang akan diperjualbelikan, alat tukar atau sebuah nilai. Sedangkan ada 4 macamsyarat jual beli sendiri diantaranya yaitu adanya akad, syarat pelaksanaan jual beli, syarat sah dan syarat mengikat (Mustofa, Fiqh Muamalah Kontemporer, 2014).

Agar pondasi yang dibangun dalam suatu bisnis baik, maka diperlukan suatu perumusan etika sebagai dasar atau aturan yang dilaksanakan (Aziz, 2013, p. 36). Etika merupakan sesuatu yang bersifat normatif, atau sebagai aturan yang berisi hal-hal yang boleh dilakukan ataupun yang tidak boleh dilakukan (Beekun, 2004, p. 3). Dalam Islam sendiri juga terdapat etika bisnis yang di dalamnya terdapat suatu proses dan usaha untuk mengetahui sesuatu yang benar dan salah yang tentunya akan berkaitan dengan produk pelayanan perusahaan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan di dalamnya (Aziz, 2013, p. 35). Sudah barangtentu bahwa etika bisnis Islam merupakan norma atau aturan dalam dunia perniagaan yang telah di atur dalam Islam atau sesuai dengan norma-norma ke Islaman. Seorang Muslim di samping tetap memperhatikan bagaimana syarat dan rukun jual beli itu terpenuhi, tetapi juga tetap mengindahkan segala etika bisnis dalam Islam.

Seorang muslim sudah seharusnya memperhatikan etika sebagai standar disamping syarat dan rukun agar jual beli menguntungkan kedua belah pihak sejalan dengan prinsip Islam. Lima prinsip membentuk ide etika bisnis Islam: kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran

(Aziz, 2013, p. 45).

Seiring dengan berkembangnya zaman, maka praktik jual beli yang dilakukan pun semakin berkembang, mulai dari alat pembayaran, lalu sampai kepada media dalam jual beli. Dimana pada beberapa dekade proses jual beli dilaksanakan dalam satu tempat, dengan bertemunya penjual dan pembeli, tetapi sekarang proses jual beli dapat dilakukan secara online lewat media sosial yang tersedia saat ini, seperti Facebook, Instagram maupun *marketplace*. Jejaring sosial atau yang biasa dikenal dengan media sosial merupakan *website* yang memungkinkan anggota-anggotanya untuk berkumpul dan bertukar pikiran mengenai isu-isu yang menyangkut kepentingan bersama secara *online* (Ari Styaningrum, 2015, p. 393). Namun pada penelitian kali ini, peneliti berfokus pada proses jual beli yang dilakukan melalui media sosial berupa Facebook di grup JUAL BELI HP PURWOKERTO

Melalui Facebook inilah para pengguna dapat memposting foto dengan deskripsi yang dicantumkan dalam setiap produk penjualan. Karena dalam Facebook tidak saja memiliki pengguna yang tinggi, tetapi setengah dari pengguna tersebut juga *log-in* setiap saat (Strarten, 2016, p. 37). Melihat peluang inilah, Facebook dijadikan sebagai media pemasaran dalam proses jual beli online yang diwadahi sebuah laman grup yang dibuat oleh salah satu pengguna untuk memudahkan proses pemasaran tersebut. Selain dengan beberapa kelebihan Facebook yang telah disebutkan, penggunaan Facebook ini juga tidak dikenai biaya seperti memasang iklan di koran dan tidak memerlukan tempat khusus dalam prosesnya, sehingga dapat dengan mudah diakses oleh semua orang.

Berbagai barang dapat diperjualbelikan di media sosial ini, salah satu yang akan dibahas oleh peneliti yaitu tentang jual beli

handphone second. Penelitian yang dilakukan pada grup Facebook di Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO, mempunyai jumlah anggota yang lebih banyak dibandingkan dengan grup jual beli lainnya. Berikut merupakan data jumlah anggota beberapa grup jual beli *handphone* di Purwokerto.

Tabel.1.1

Jumlah Anggota Grup Jual Beli *Handphone* di Media Sosial Facebook di Purwokerto

	Nama Grup	Jumlah
1	JUAL BELI HP PURWOKERTO	149.800
2	FJB HP Purwokerto	140.604
3	Jual Beli HP (Purbalingga, Purwokerto dan sekitarnya)	88.503
4	Jual Beli HP bekas PWT dan sekitarnya	43.102
5	Jual Beli HP Puwokerto	18.603
6	JUAL BELI HP 100.000~1.000.000 AREA PURWOKERTO BANYUMAS	15.200
7	Jual Beli Hp second Purwokerto (Terbaik)	25.100
8	JUAL BELI HP SECOND PURWOKERTO	11.300
9	Jual beli hp murah area Purwokerto Kota	16.600
10	Jual Beli HP Cilongok-Ajibarang-Purwokerto	14.700

*Sumber: Analisis pada Facebook

Handphone yang diperjualbelikan dalam akun Facebook tidak hanya *handphone* baru saja, tetapi juga sebagian menjual

handphone second atau *handphone* setengah pakai. *Handphone second* dianggap lebih murah dan harganya terjangkau dengan tetap mendapatkan kualitas yang baik (Utama, 2023). Tetapi pada kenyataannya, kerap kali terjadi ketidakpuasan pembeli dalam proses jual beli *handphone second*, karena para penjual biasanya kurang teliti dalam menjelaskan kualitas produk yang dijual. Mereka mengatakan bahwa produk masih dalam kualitas yang bagus, tetapi pada kenyataannya setelah melakukan proses transaksi dan *handphone* sudah ada di tangan pembeli, beberapa kendala mulai muncul, seperti kamera yang mati, baterai boros, dsb.

Handphone tersebut pastinya sudah mengalami penurunan kualitas akibat dari pemakaian pemilik sebelumnya, berbeda dengan *handphone* yang masih dalam kondisi baru. Menurut Broto yang sempat membeli sebuah merk *Iphone* dari salah satu penjual *handphone second* di Facebook, si penjual mengatakan bahwasannya *handphone* tersebut tidak ada kendala. Namun setelah dibawa pulang *handphone* tersebut sudah dalam keadaan dikunci (Broto, 2023). Salah satu pelaku jual beli *handphone* online lainnya yaitu Dimas Setia mengatakan bahwa dirinya pernah terpaksa membeli *handphone second* dengan keadaan yang kurang baik dan berbeda dengan penjelasan kondisi di laman akun Facebooknya. Alasan dari penjual tersebut adalah karena sudah mengeluarkan biaya bensin untuk mengantarkan *handphone* tersebut ke rumah (Setia, 2023).

Keterpaksaan itu terjadi karena ketidakjujuran dari penjual saat memposting barang dagangannya, sehingga mengakibatkan salah satu pihak merasa dirugikan. ketidakjujuran yang dilakukan oleh penjual adalah salah satu bentuk penyimpangan dalam konsep etika bisnis Islam. Maka dari permasalahan tersebut, peneliti mengangkat sebuah judul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam

pada Jual Beli *Handphone Second* di Media Sosial Facebook (Studi Kasus di Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO).”

B. Definisi Operasional

1. Etika Bisnis Islam

Pada buku “Ihya ‘Ulumuddin” karya Al-Ghazali menjelaskan bahwa “*Khuluq*” (etika) merupakan sifat yang melekat pada jiwa, yang akan menimbulkan perbuatan tanpa memerlukan pikiran. Jadi, etika bisnis merupakan akhlak berbisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, yang kemudian tidak perlu khawatir dalam menjalankan bisnis tersebut (Hasan, 2009).

Kemudian pada buku “Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islam untuk Dunia Usaha” karya Abdul Aziz menjelaskan bahwa etika bisnis Islam adalah upaya yang dilakukan untuk menemukan hal-hal yang benar dan salah (Aziz, 2013).

Menurut kedua buku tersebut peneliti simpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah kewajiban bagi pelaku bisnis untuk mengetahui baik atau buruk dan melakukan hal yang benar terhadap bisnisnya sesuai dengan ajaran Islam.

2. Jual Beli

Menurut etimologi jual beli merupakan kegiatan tukar menukar barang atau barter. Jual beli meliputi kegiatan dua transaksi yaitu menjual dan membeli (Mustofa, Fiqh Muamalah Kontemporer, 2014). Selanjutnya menurut beberapa ulama seperti Imam Nawawi dalam Al-Majmu’ yang dikutip Rachmat Syafe’i menyebutkan, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan (Syafi’ie, 2001).

Kemudian menurut Sayyid Sabiq dalam *Fiqh al-Sunnah* menyebutkan bahwa jual beli merupakan proses pertukaran

harta atas dasar saling mengikhlaskan dan persetujuan pemindahan kepemilikan (Al-Faifi, 2013).

Menurut definisi tersebut dapat diartikan bahwa jual beli adalah kegiatan pertukaran barang secara sukarela atau perpindahan hak milik dengan mengganti uang atau barang yang sama nilainya baik nilai maupun manfaat.

3. Media Sosial

Media sosial adalah pengembangan teknologi yang akan memudahkan orang untuk berinteraksi sosial, berpartisipasi, berbagi informasi, dan dapat membentuk jaringan *online*, yang kemudian dapat membagikan konten mereka sendiri (Fela, Oktober 2015).

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein media sosial merupakan teknologi yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, yang akan menimbulkan penciptaan dan pertukaran *use generated content* (Fela, Oktober 2015).

Berdasarkan definisi tersebut peneliti mengambil kesimpulan bahwa media sosial adalah sebuah teknologi internet yang dapat menghubungkan beberapa orang melalui internet untuk saling berkomunikasi dan berbagi informasi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka timbul pertanyaan:

1. Bagaimana proses jual beli *handphone second* di media sosial facebook di Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada praktik jual beli *handphone second* di media sosial facebook di Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah praktik jual beli *handphone second* melalui media sosial sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.

2. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini dapat diambil manfaat, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah dapat berkontribusi pada pemikiran di bidang *sains* terkait etika bisnis Islam khususnya bagi pegiat jual beli *handphone second* di media sosial facebook di area Purwokerto.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu diharapkan pada praktik jual beli di media sosial, khususnya jual beli *handphone second* dapat dilaksanakan sesuai dengan etika bisnis Islam.

E. Kajian Pustaka

Pada bagian ini memuat pembahasan mengenai kajian-kajian yang telah dibahas sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian kali ini, dan apakah penelitian ini sudah dilakukan sebelumnya. Beberapa sumber penelitiannya yaitu:

Skripsi dengan judul “*Jual Beli Handphone Lewat Media Sosial Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Kota Metro)*” Oleh Ahmad Ghozali Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro. Penelitian ini berisi tentang praktik jual beli *handphone* di facebook yang tidak menerapkan etika bisnis Islam. Dimana *handphone* yang diperjual belikan di sosial media facebook merupakan *handphone* rekondisi atau sudah pernah di servis sebelumnya dan ada beberapa kendala. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Ghozali dengan penelitian kali ini terdapat pada subjek nya. Dimana subjek

penelitian Ahmad Ghozali merupakan pelaku jual beli di Kota Metro, sedangkan pada penelitian ini subjek penelitian merupakan pelaku jual beli di Purwokerto (Gozali, 2019).

Skripsi dengan judul “*Jual Beli Handphone Rusak Perspektif Hukum Islam*” Oleh Ardini Dwifitri, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thoha Saifudin Jambi. Penelitian tersebut berisi tentang jual beli *handphone* rusak yang dinilai terdapat larangan akad. Dimana jual beli *handphone* rusak tersebut dianggap melanggar prinsip ‘*Antarain minkum* dan melanggar prinsip *la tadlimuna wala tudlamun* dimana praktik jual beli tersebut terdapat gharar. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ardini Dwifitri dan penelitian ini terdapat pada objek penelitian dan pendekatan penelitian. Dimana objek penelitian yang dilakukan oleh Ardini Dwifitri merupakan tinjauan hukum islam dengan pendekatan normatif. Sedangkan pada penelitian ini objek penelitian merupakan perspektif etika bisnis Islam dengan pendekatan deskriptif kualitatif (Dwifitri, 2019).

Skripsi dengan judul “*Jual Beli Handphone Bekas Rekondisi Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam*” Oleh Ilham Labib, Jurusan Hukum Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Penelitian tersebut berisi tentang praktik jual beli *handphone* bekas rekondisi (daur ulang) yang beredar dimasyarakat. Sayangnya masih banyak masyarakat yang belum paham mengenai *handphone* rekondisi tersebut dan parahnya penjual tidak memberikan informasi secara rinci mengenai kondisi *handphone* terhadap konsumen. Menurut hukum Islam proses jual beli sudah memenuhi syarat dan rukun jual beli, akan tetapi pembeli akan kehilangan hak *khiyar ‘aibi* yang terlihat dari tidak peduli nya penjual kepada

pembeli. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ilham Labib dan penelitian ini yaitu terdapat pada objek penelitian. Dimana penelitian yang dilakukan oleh Ilham Labib befokus pada *handphone* bekas rekondisi, sedangkan pada penelitian ini objek penelitiannya yaitu *handphone* bekas (Labib, 2020).

Skripsi dengan judul “*Praktik Jual Beli Handphone Bekas di Media Sosial Facebook Perspektif UU Perlindungan Konsumen Dan Fiqh Muamalah*” Oleh Sri Ana Wahyuni, Program Studi Hukum Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian tersebut berisi tentang praktik jual beli *handphone* bekas yang tidak sesuai dengan peraturan UU perlindungan konsumen karena tidak ada informasi yang dijelaskan oleh penjual terhadap produk yang dijualnya dan tidak memberikan garansi terhadap konsumen apabila terdapat kerusakan pada *handphone* bekas tersebut. Pada praktik jual beli tersebut juga belum sesuai dengan syarat dan rukun jual beli karena terdapat unsur ‘*gharar* dan tidak ada hak ‘*khiyar* bagi konsumen. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian. Dimana objek penelitian Sri Wahyuni adalah perspektif UU Perlindungan Konsumen dan Fiqh Muamalah, sedangkan objek penelitian kali ini merupakan perspektif etika bisnis Islam (Wahyuni, 2020).

Skripsi dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Handphone New&Second Di Sosial Media Facebook*” Oleh Bagas Wahyu Adi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini memberikan gambaran tentang praktik jual beli *handphone* di facebook yang dianggap tidak sesuai dengan syarat dan rukun jual beli karena terdapat unsur ‘*gharar*. Penelitian yang dilakukan oleh Bagas Wahyu Aji dengan penelitian ini terdapat perbedaan yaitu terdapat pada metode

pengumpulan data. Penelitian yang dilakukan oleh Bagas Wahyu Ajimenggunakan metode wawancara dan dokumentasi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi (Adi, 2021).

F. Sistematika Pembahasan

Dalam suatu penelitian tentunya tidak terlepas dari sistematika pembahasan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pembaca dalam memahami laporan penelitian tersebut. Fokus utama peneliti dibagi menjadi tiga, yaitu bagian awalan, isi dan akhiran, yang tertuang dalam sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I (Pendahuluan) terdiri dari latar belakang, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan literatur (penelitian sebelumnya), dan sistematika penulisan.

BAB II (Landasan Teori) menjelaskan kerangka teori dalam kaitannya dengan variabel atau indikator yang digunakan, yang nantinya akan digunakan sebagai dasar penelitian, teori deskriptif dan penelitian yang relevan.

BAB III (Metode Penelitian) terdiri dari jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, jenis data, teknik pengumpulan dan analisis data.

BAB IV (Hasil Penelitian) yang memberikan pandangan umum mengenai proses jual beli secara online terutama yang berfokus pada jual beli *handphone second* di wilayah Purwokerto.

BAB V (Penutup) terdiri dari kesimpulan dan saran yang dibuat dari hasil penelitian, dan terakhir isi pembahasan dengan kata penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Pengertian jual beli ditinjau dari etimologi berarti proses pertukaran suatu barang dengan barang lain atau barter. Jual beli meliputi kegiatan dua transaksi yaitu menjual dan membeli (Mustofa, Fiqh Muamalah Kontemporer, 2016, p. 19).

Sedangkan jika ditinjau dari terminologi beberapa ulama seperti Imam Hanafi, beliau mengartikan jual beli sebagai proses tukar menukar harta atau barang yang setara nilainya bermanfaat bagi kedua belah pihak (Mustofa, Fiqh Muamalah Kontemporer, 2016, p. 19).

Beberapa ulama lain juga mendefinisikan jual beli sebagai berikut:

- a. Imam Nawawi dalam Al-Majmu' menjelaskan bahwa jual beli merupakan pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan (Syafi'ie, 2001, p. 73).
- b. Menurut Ibnu Qudhamah dalam Al-Mughni menjelaskan bahwa jual beli merupakan pertukaran harta dengan harta untuk saling menjadi hak milik (Syafi'ie, 2001, p. 73).
- c. Sayyid Sabiq dalam Fiqh Al-Sunnah mendefinisikan jual beli merupakan proses pertukaran harta atas dasar saling mengikhlaskan dan persetujuan pemindahan kepemilikan (Al- Faifi, 2013, p. 750).

Menurut definisi tersebut dapat diartikan bahwa jual beli adalah kegiatan pertukaran barang secara sukarela atau perpindahan hak milik dengan mengganti uang atau barang yang sama nilainya baik nilai maupun manfaat.

Jual Beli merupakan transaksi yang secara hukum Islam telah disyariatkan oleh Allah subahahu wa ta'ala yang telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan cara untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang telah disyariatkan oleh Allah SWT. Pastinya telah memiliki landasan baik dari Al-Qur'an ataupun As-Sunnah.

a. Landasan Al-Qur'an

1) Q.S. Al-Baqarah ayat 275

...وَاحِلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...^{٢٧٥}

Artinya : "...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."

2) Q.S. An-Nisa ayat 29

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

Artinya : "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"

3) Q.S. An-Nur ayat 37

رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ^{٣٧}

Artinya : "Orang-orang yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari Kiamat)".

b. Sunnah Rasul

- 1) Hadist dari Ibn Majah Rasulullah SAW. menyatakan :

أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ يَقُولُ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّمَا النَّبِيُّ عَنْ تَرَاضٍ

Artinya: “Dari Abi Said al Khudri berkata Rasulullah SAW. Bersabda: “Jual beli itu harus atas dasar saling ridho”. (HR. Ibn Majjah)”

- 2) Hadist yang diriwayatkan oleh Rifa’ah Ibn Rafi’ :

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ { أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَنْرُورٍ

Artinya: “Dari Rifa’ah bin Rafi’ R.A bahwasannya Rasulullah SAW. bersabda ketika ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan yang paling baik. Rasulullah SAW. ketika itu menjawab: “Pekerjaan yang dilakukan dengan tangan seseorang sendiri dan setiap jual beli yang diberkati (jual beli yang jujur tanpa diiringi kecurangan). (HR. Bazzar. Hadis sahih menurut Hakim)”.

c. Ijma’

Telah disepakati oleh para ulama bahwa jual beli diperbolehkan karena pada hakikatnya manusia saling membutuhkan satu sama lain dalam memenuhi kebutuhannya. Namun perlu diperhatikan bantuan atau barang tersebut dalam pertukaran harus sesuai (Syafi’ie, 2001, p. 75).

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Ulama Hanafiyah menjelaskan terdapat satu rukun jual beli yaitu ijab. Hal yang mendasar menurut mereka adalah saling rela dan dilaksanakan dalam keikhlasan menyerahkan barang (Mustofa, Fiqh Muamalah Kontemporer, 2016, p. 22). Tetapi karena keikhlasan itu merupakan unsur hati yang tidak terdeteksi oleh indra, oleh karena itu perlu ada indikasi yang

menunjukkan unsur keikhlasan itu dari kedua belah pihak. Indikasi tersebut yaitu ijab dan qabul atau melalui saling menyerahkan barang (Ghazaly, 2010, p. 71).

Namun demikian Wahbah Al-Zuhaili dalam Al-Fiqh Al-Islami wa Adillatahu yang dikutip Abdul Rahman Ghazaly menjelaskan bahwa jumhur ulama menyatakan ada 4 rukun jual beli, yaitu (Ghazaly, 2010, p. 71):

- a. Ada orang berakad atau al-muta'qidain (penjual dan pembeli)
- b. Ada shighat (lafal ijab qabul)
- c. Ada barang yang dijualbelikan
- d. Ada nilai tukar

Menurut ulama Hanafi, selain dari ijab dan qabul merupakan syarat-syarat jual beli bukan sebagai rukun jual beli. Sedangkan syarat jual beli menurut jumhur ulama yaitu :

- a. Syarat-syarat orang yang berakad

Penjual maupun pembeli harus memenuhi syarat berikut menurut jumhur ulama :

- 1) Berakal
 - 2) Yang berakad merupakan 2 orang yang berbeda
- b. Syarat-syarat ijab qabul

Jumhur ulama menyatakan bahwa ijab qabul adalah unsur utama dalam jual beli. Ijab qabul harus jelas dalam transaksi yang mengikat kedua belah pihak, seperti akad jual beli, sewa-menyewa, dan nikah (Ghazaly, 2010, p. 72).

Jika ijab dan qabul telah dilafalkan dalam akad jual beli, maka telah terjadi perpindahan kepemilikan. Pembeli memperoleh hak milik dari barang yang dijual, sedangkan penjual memperoleh hak milik dari barang atau uang dari pembeli (Ghazaly, 2010, p. 73).

c. Syarat-syarat terkait barang

Terdapat 4 syarat mengenai barang yaitu sebagai berikut (Mustofa, Fiqh Muamalah Kontemporer, 2016, p. 23):

- 1) Penjual harus sanggup mengadakan barang yang diperjualbelikan
- 2) Objek transaksi merupakan barang yang halal
- 3) Objek transaksi merupakan hak milik secara sah
- 4) Objek harus diserahkan ketika akad telah dilaksanakan

4. Jual Beli yang Dilarang

Islam mengatur jual beli, yang secara umum dapat diterima. Namun, ada beberapa contoh jual beli yang haram dan tidak sah. Berikut ini adalah beberapa perdagangan yang dilarang dan batal hukumnya (Suhendi, 2010, p. 78) :

- a. Hal-hal yang dilarang oleh agama, seperti miras, berhala, bangkai, anjing, dan babi;
- b. Perdagangan sperma hewan (air mani), seperti ketika domba jantan kawin dengan betina untuk menghasilkan keturunan;
- c. Beli dan jual hewan yang baru lahir saat mereka masih dalam induknya. Karena produk belum dibuat, perdagangan tidak diizinkan;
- d. Jual beli *Mukhadharah* meliputi penjualan buah-buahan yang belum siap panen, termasuk rambutan yang masih hijau;
- e. *Munabadzah*, atau jual beli dengan cara saling melempar. Seperti yang pernah dikatakan seseorang, "Lemparkan aku apa yang kamu punya, dan aku akan melemparkan apa yang aku punya juga."

Ada berbagai jenis jual beli yang sah tetapi dilarang secara agama dan jika dilakukan oleh orang akan mendapat dosa,

termasuk (Suhendi,2010, p. 82):

- a. Menemui penduduk desa sebelum mereka tiba di pasar sehingga anda dapat menawarkan penawaran terbaik sebelum mereka mengetahui tarif yang berlaku.
- b. Menawar barang yang sedang ditawar orang lain. Seperti seorang berkata, “Tolaklah harga tawarannya itu, nanti aku yang membeli dengan harga yang lebih mahal”.
- c. Jual beli *Najasyi*, juga dikenal sebagai "permintaan palsu", adalah ketika seseorang menaikkan atau melebihi-lebihkan harga barang temannya dalam upaya membujuk orang untuk membeli produk temannya.

5. Berselisih dalam Jual Beli

Tujuan jual beli adalah untuk memuaskan keinginan dasar manusia, yang berarti baik penjual maupun pembeli memiliki kebutuhan. Pada kenyataannya, tidak semua transaksi yang melibatkan jual beli itu terbebas dari kesalahan. Terkadang, penjual atau pembeli akan melakukan aktivitas negatif, seperti melakukan penipuan.

Untuk mendapatkan keuntungan dari jual beli, penjual dan pembeli harus jujur, terus terang, dan jujur dalam transaksi mereka. Mereka juga harus menghindari berbohong di bawah sumpah. Seperti diriwayatkan oleh sahabat Abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda:

الْحَلْفُ مَنْفَقَةٌ لِلسَّلْعَةِ، مُمْحَقَةٌ لِلْبِرْكَاتِ

Artinya : “Sumpah itu melariskan dagangan, namun menghilangkan keberkahan”. (HR Bukhari dan Muslim).

Jual beli yang sehat dan sempurna hanya dapat terjadi jika baik penjual maupun pembeli berperilaku jujur, sehingga dapat terjadi keberkahan. Pedagang memang cenderung melakukan

aksi penipuan, seperti penipuan terhadap kualitas, kondisi, ukuran, atau bahkan harga barang.

6. Jual Beli Dunia Maya/*Online (E-Commers)*

Internet bukanlah hal baru. Pada kenyataannya, beberapa orang percaya keberadaannya sangat berpengaruh untuk memenuhi kebutuhan manusia. Setiap hari, setiap orang memanfaatkan internet untuk berkomunikasi, bertukar informasi, dan mencari informasi (Ari Styaningrum, 2015, p. 371). Ponsel, serta perangkat elektronik lainnya seperti komputer, *notebook*, dan *tab/tablet* dapat terhubung ke jaringan penyedia layanan internet, dan mempermudah pelaksanaan semua tugas tersebut.

Banyak istilah baru yang muncul sejak lahirnya internet, antara lain *E-Commerce* (jual beli online) dan *E-Marketing* (iklan online). Huruf “E” dalam kalimat ini adalah singkatan dari “elektronik”, yang menandakan bahwa aktivitas tersebut dilakukan melalui perangkat elektronik yang terhubung secara online. *E-commerce* adalah bentuk komunikasi bisnis-ke-bisnis, dan dikelola menggunakan alat elektronik termasuk sistem pengumpulan data otomatis dan pertukaran data elektronik (Mustofa, Fiqh Muamalah Kontemporer, 2016, p. 27).

E-Commerce (Online Buying and Selling) adalah aktivitas pertukaran informasi bisnis, mempertahankan koneksi komersial, dan melakukan transaksi bisnis melalui jaringan telekomunikasi, menurut Vladimir Zwass, pemimpin redaksi *Electronic Commerce* di seluruh dunia (Oliver Gassman, 2016, p. 193).

Jual beli barang secara online dengan menggunakan jaringan telekomunikasi, yang dapat dilakukan melalui alat elektronik seperti telepon genggam, komputer, *notebook*, atau

tab/tablet, oleh karena itu disebut sebagai “jual beli di dunia maya/*online*”. Islam membolehkan jual beli seperti ini. Jenis transaksi ini sah jika prinsip dasar dan prasyarat untuk jual beli terpenuhi (Mustofa, Fiqh Muamalah Kontemporer, 2016, pp. 170-171).

Karena produk atau layanan dijual secara online, biaya utama terkait pengelolaan infrastruktur kantor cabang tidak dikeluarkan dalam model bisnis *E-commerce*. Pelanggan mendapatkan keuntungan dari belanja internet karena memungkinkan mereka untuk membandingkan harga, mengurangi biaya perjalanan dan menghemat waktu. Perusahaan mendapatkan keuntungan dengan menawarkan produk dan layanan secara online karena mereka tidak memerlukan lokasi ritel, perantara, atau pemasaran umum yang tidak menargetkan konsumen tertentu (Oliver Gassman, 2016, p. 193).

Kemampuan untuk membandingkan tarif untuk mendapatkan penawaran terbaik, serta kemampuan untuk menghemat waktu dan uang dalam perjalanan, merupakan keuntungan yang dapat dinikmati pembeli. Di sisi lain, menghemat uang untuk penjual dan menghilangkan kebutuhan pengecer, perantara, dan iklan yang tidak tepat sasaran.

Fakta bahwa pelanggan tidak dapat menguji produk sebelum membeli merupakan kerugian yang signifikan dalam menjual barang secara online dibandingkan dengan menjual barang nyata secara konvensional (Oliver Gassman, 2016, p. 194). Hal ini mempersulit penjual yang tidak dapat dipercaya untuk mencari pembeli karena beberapa orang yang tidak jujur dapat menggunakan ini sebagai cara untuk melakukan penipuan.

Ada berbagai opsi pembayaran yang tersedia saat membeli dan menjual barang secara online, termasuk *digital*

online, cash on delivery, akun bersama, atau teller. Penjual diharuskan untuk menyediakan setiap opsi ini kepada pembeli sehingga mereka dapat memutuskan mana yang terbaik. Dan pendekatan *Cash On Delivery (COD)*, di mana pembeli dan penjual berinteraksi secara langsung, adalah yang paling aman dan paling populer (Abror, 2015).

Bahkan ketika pendekatan *cash on delivery* benar-benar digunakan, dalam praktiknya pembeli mungkin tidak menerima produk yang benar. Bisa saja produk tersebut palsu atau memang sudah memiliki kekurangan. Karena itu, pembeli harus teliti sebelum melakukan pembayaran.

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Terobosan teknologi web berbasis internet yang disebut media sosial memudahkan banyak individu untuk terlibat dalam interaksi sosial, berkontribusi, bertukar informasi, dan membuat jaringan online tempat mereka dapat mempublikasikan materi mereka sendiri (Fela, Oktober 2015).

Media sosial adalah "sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar teoretis dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dihasilkan pengguna," menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (Fela, Oktober 2015).

Media sosial, menurut Boyd dan Ellison, adalah layanan berbasis web yang memungkinkan orang membuat profil/semi-publik di dalam sistem terbatas, menghubungkan komunitas pengguna yang memiliki koneksi umum serta pengguna dengan koneksi berbeda di dalam sistem (Fela, Oktober 2015).

Menurut uraian di atas, media sosial adalah teknologi web yang dapat digunakan untuk menghubungkan pengguna satu

sama lain melalui koneksi internet sehingga mereka dapat bertukar materi dan pengetahuan.

Selain definisi ini, media sosial juga dapat digambarkan sebagai kapasitas untuk berkomunikasi dengan individu secara *online*, termasuk yang kita temui di pasar, *klien*, rekan kerja, atau mitra percakapan lainnya (Strarten, 2016, p. 32).

Selain semua definisi yang diberikan di atas, peneliti mengadopsi pandangan bahwa media sosial adalah tempat berbagi informasi dan komunikasi *online* menggunakan teknologi berbasis internet.

2. Media Sosial Sebagai Sarana Jual Beli

Media sosial telah berkembang menjadi alat penting bagi pebisnis yang digunakan untuk terhubung dengan pelanggan (Kowandi, 2017, p.65). Menurut studi tentang efisiensi media sosial, 70% konsumen menggunakan media sosial untuk mempelajari lebih lanjut tentang merek dan produk, 49% lebih banyak konsumen mendasarkan keputusan pembelian mereka pada informasi yang ditemukan di media sosial, dan 60% konsumen mengatakan bahwa mereka sering mendapatkan informasi dari media sosial (Ari Styaningrum, 2015, p. 394).

Jelas bahwa menggunakan media sosial adalah salah satu cara yang paling efisien dan mudah diakses oleh pelanggan untuk mendapatkan informasi. Ada begitu banyak bentuk media sosial yang baru pada dasarnya debut setiap hari. Tentunya setiap media sosial yang ada saat ini memiliki kelebihan dan kekurangan (Kowandi, 2017, p. 66). Twitter, Path, LinkedIn, Instagram, dan Facebook adalah beberapa situs jejaring sosial dengan basis pengguna yang cukup besar.

3. Facebook Sebagai Sarana Jual Beli

Facebook, terkadang dikenal sebagai FB, adalah situs web

jejaring sosial terkenal yang diperkenalkan pada 4 Februari 2004. Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard dan mantan mahasiswa Ardsley High School, menemukan Facebook. Ia lahir pada 14 Mei 1984. Keanggotaan di situs jejaring sosial ini masih terbatas pada mahasiswa Harvard College di tahap awal kuliah. Selama dua bulan berikutnya, keanggotaan diperluas ke semua institusi Ivy League serta sekolah lain di wilayah Boston, termasuk Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan Boston College. Dalam setahun pembukaannya, beberapa perguruan tinggi ditambahkan satu demi satu (Fela, Oktober 2015).

Dari hanya beberapa institusi di atas, Facebook telah berkembang pesat, dan saat ini terdapat lebih dari satu triliun pengguna di seluruh dunia. Facebook memiliki keuntungan memiliki basis pengguna yang besar dan lebih dari setengah pengguna tersebut *login* setiap hari (Strarten, 2016, p. 36). Mereka hanya menggunakan akun mereka untuk melihat situs, memeriksa status mereka, dan mengirim komentar.

“Facebook: *The most important* media sosial *for cyberpeneur* (Pebisnis Online)” tertulis dalam buku *Cyberpeneur*. Salah satu yang dapat mengarahkan lalu lintas paling banyak ke situs web adalah Facebook. Mengingat Facebook memiliki pengguna media sosial terbanyak, ini jelas realistis. *Starbucks Coffee* menerima 1.800.000 pengunjung setiap bulan dari 18.500.000 teman Facebook mereka, yang mengandalkan halaman penggemar Facebook mereka untuk mengarahkan lalu lintas ke situs web mereka (Kowandi, 2017, p. 68).

Perusahaan dapat memiliki hub aktivitas di dalam komunitas yang mapan berkat opsi untuk membangun halaman dan grup penggemar/bisnis (Strarten, 2016, p. 37).

Facebook memiliki keuntungan membentuk grup yang dapat berisi pengguna lain. Tidak diragukan lagi bahwa pengguna grup memiliki minat yang sama. JUALBELI HP PURWOKERTO, sebuah komunitas Facebook dengan lebih dari 149.800 anggota, adalah salah satu contohnya. Dengan begitu banyak orang yang mendaftar sebagai anggota grup, ada banyak peluang untuk melakukan bisnis dan jual beli.

Pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi di media sosial memiliki tujuan masing-masing ketika membeli dan menjual barang, termasuk keinginan untuk sekedar menjual kembali barang untuk mendapatkan keuntungan. Yang lain adalah pembeli yang mencari penawaran dibandingkan dengan *counter* asli, sementara yang lain kadang-kadang beroperasi sebagai pembeli dan penjual. Selain orang yang menggunakan media sosial hanya untuk mengiklankan perusahaannya, baik itu *counter* atau sejenisnya, ada juga orang lain yang sengaja membeli dan menjual untuk mendapatkan penghasilan dari perdagangan *handphone*.

Masih belum ada penanggung jawab jual beli di media sosial yang bisa ditemukan setelahnya jika terjadi kejadian yang kurang menguntungkan. Grup Facebook untuk jual beli ini awalnya dibuat oleh seorang anggota yang kemudian menjabat sebagai pengurus grup. Hanya akun dan postingan yang dilaporkan oleh pengguna lain sebagai pelanggaran yang tunduk pada kemampuan admin untuk memblokir dan menghapusnya dari situs. Para pihak yang bertransaksi bertanggung jawab sepenuhnya atas sisanya, termasuk proses kegiatan jual beli. Jenis jual beli media sosial ini rentan terhadap aktivitas jual beli yang tidak diatur tanpa adanya pengawas ini.

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Al-Ghazali membahas konsep “*Khuluq*” (Etika) sebagai ciri yang bertahan dalam ruh, dari mana perbuatan terjadi secara wajar, tanpa perlu musyawarah, dalam karyanya Ihya ‘Ulumuddin. Dengan demikian, etika bisnis dalam hukum Islam mengacu pada akhlak dalam menjalankan bisnis yang sejalan dengan nilai-nilai Islam, sehingga tidak perlu dikhawatirkan dalam menjalankan bisnis karena dianggap sebagaisesuatu yang baik dan benar (Hasan, 2009, p. 171).

. Selain itu, Siti Maghfiroh dalam jurnal ekonomi Islam el-JIZYA menjelaskan pengertian etika bisnis juga bisa memiliki dua istilah yang berbeda, yakni *ethics in business*(etika dalam bisnis) dan *business ethics* (etika bisnis). Istilah etika dalam bisnis dapat bermakna tentang etika yang berhubungan dengan bisnis atau etika yang berbicara tentang bisnis sebagai salah satu bahasandi samping tema lainnya. Sedangkan istilah etika bisnis dapat mengandung pengertian tentang satu bidang intelektual dan akademis dalam konteks pengajaran dan penelitian di perguruan tinggi, namun harus menjadi catatan penting bahwa etika bisnis merupakan hasil perjalanan panjang dari etika dalam bisnis. (Siti Maghfiroh, 2020)

Selain itu, menurut buku “Etika Bisnis dari Perspektif Islam: Implementasi Etika Islam Bagi Dunia Bisnis”, etika bisnis Islam adalah proses dan upaya untuk menentukan mana yang benar dan mana yang salah, yang tentunya kemudian melakukan hal yang benar dengan berkaitan dengan produk, layanan perusahaan, dan mereka yang tertarik (Aziz, 2013, p. 35).

Peneliti menarik kesimpulan bahwa etika bisnis Islam adalah persyaratan yang harus diikuti oleh para profesional bisnis dalam memahami benar dan salah dan bertindak demi

kepentingan terbaik perusahaan mereka sejalan dengan keyakinan Islam. Hal ini didukung oleh dua definisi yang diberikan di atas.

2. Konsep Dasar Etika Bisnis Islam

Filosofi etika Islam didasarkan pada lima ide mendasar: kesatuan, keseimbangan, pilihan bebas, tanggung jawab, dan kebajikan (kebenaran) (Aziz, 2013, p.45).

a. Keesaan (*Unity*)

Gagasan Tauhid yang merupakan poros vertikal Islam merupakan cerminan persatuan. Allah yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) mutlak atas seluruh ciptaan-Nya, adalah satu-satunya pemilik alam semesta, termasuk manusia. Setiap orang memiliki hak yang sama karena semua yang ada di bumi adalah milik Tuhan Yang Maha Esa, yang harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis. Dilarang menggunakan, atau menuntut, diskriminasi hanya berdasarkan warna kulit, etnis, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau usia (Aziz, 2013, p.45).

Saat menerapkan ide ini, pemilik bisnis Muslim tidak akan melakukan tiga tindakan berikut, yang menjadi indikator saat mengevaluasi ide ini (Nasution, 2019):

- 1) Menahan diri dari memperlakukan pelanggan secara tidak adil berdasarkan suku, warna kulit, jenis kelamin, atau agama.
- 2) Hindari transaksi ilegal saat melakukan bisnis.
- 3) Menahan diri dari perilaku menimbun uang atau harta benda.

لَا يَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِئٌ

“Tidak boleh menimbun barang, jika tidak, maka ia termasuk orang yang berdosa.” (HR. Muslim, no.

1605).

b. Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Islam menuntut agar seseorang berperilaku adil, terutama terhadap mereka yang dibenci, ketika terlibat dalam pekerjaan dan operasi komersial (Aziz, 2013, p. 46). Dalam Islam, dimensi horizontal dikenal dengan keseimbangan atau *'Adl*. Dalam Islam, gagasan keadilan ditujukan untuk memastikan bahwa perilaku adilseseorang memperhitungkan hak-hak manusia, hak-hak masyarakat, hak-hak alam semesta, dan hak-hak Allah dan para nabi-Nya (Faisal Badroen, 2006, p. 91).

Secara individual, setiap aktivitas manusia harus mengutamakan akhlak yang baik, di antaranya adalah prinsip keadilan. Islam sangat menganjurkan melakukan bisnis dengan cara yang adil terhadap orang lain dan juga terhadap alam. Ini adalah indikator keseimbangan (Nasution, 2019):

- 1) Tidak ada kecurangan dalam takaran timbangan
- 2) Penetapan harga berdasarkan mekanisme pasar standar
- 3) Tidak terlibat dalam penipuan (*tadlis*), ketidakpastian (*taghrir*) *bai' najasy*, penimbunan (*ikhtikar*)
- 4) Kenali janji dan hindari curang.

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاغُ فِي النَّارِ

“Barangsiapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang berbuat makar dan pengelabuan, tempatnya di neraka” (HR. Ibnu Hibban 2: 326. Hadits ini shahih sebagaimana kata Syaikh Al Albani dalam Ash Shahihah no. 1058).

c. *Free Will* (Kebebasan)

Islam menjunjung tinggi kebebasan, tetapi kebebasan itu tidak boleh mengorbankan kepentingan kelompok. *Preferensi* individu benar-benar terbuka (Aziz, 2013, p. 46). Dalam melakukan bisnis, kebebasan mengacu pada kapasitas untuk melakukannya tanpa tekanan dari luar dan sesuai dengan keterbatasan ciptaan Allah. Manusia diperbolehkan untuk menggunakan ide-ide Islam dalam ekonomi. Karena aspek muamalah, bukan ibadah, terkait dengan masalah ekonomi, prinsip umum bahwa "segala sesuatu diperbolehkan kecuali yang dilarang" berlaku.

Memang, manusia memiliki kapasitas kehendak bebas untuk bertindak sesuai keinginan mereka untuk mencapai tujuan mereka sebagai khalifah di planet ini. Ini berarti kehendak bebas dapat digunakan untuk menjelaskan segala sesuatu dalam hidup, termasuk ekonomi dan khususnya bisnis. Berikut ini adalah tanda-tanda kehendak bebas (Nasution, 2019, p. 191):

- 1) Monopoli dilarang oleh hukum.
- 2) Penipuan perdagangan.
- 3) Praktek riba

أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ يَقُولُ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Artinya: “Dari Abi Said al Khudri berkata Rasulullah SAW. Bersabda: “Jual beli itu harus atas dasar saling ridho”. (HR. Ibn Majjah)”

d. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Kebebasan tanpa batas itu menggelikan karena menunjukkan kurangnya tanggung jawab atau tugas (Beekun, 2004, p. 40). Islam tidak menerima gagasan dosa warisan, oleh karena itu tidak ada yang bertanggung jawab

atas kesalahan orang lain (Faisal Badroen, 2006, p. 100). Dia akan bertanggung jawab kepada semua orang atas tindakannya.

Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukan (Aziz, 2013, p. 46). Adapun indikator tanggung jawab adalah sebagai berikut (Nasution, 2019, p. 191):

- 1) Menjual barang yang halal.
- 2) Menjual barang yang baik mutunya.
- 3) Tidak menyembunyikan cacat barang.
- 4) Tidak melakukan sumpah palsu.
- 5) Tidak melakukan riba

الْحَلْفُ مُنْفَقَةٌ لِلسَّلْعَةِ، مُمَحَقَّةٌ لِلْبَرَكَاتِ

Artinya : “Sumpah itu melariskan dagangan, namun menghilangkan keberkahan”. (HR Bukhari dan Muslim).

e. Kebajikan

“Perbuatan yang menguntungkan orang lain, lebih dari orang yang melakukan perbuatan itu, dan dilakukan tanpa kewajiban apapun” adalah pengertian kebajikan atau kebaikan (Beekun, 2004, p.43). Kebaikan, kebenaran, dan kejujuran adalah tiga cara kebajikan atau kualitas ini dijelaskan dalam berbagai buku. Ketiga cara ini semuanya mengacu pada tindakan yang tidak merugikan orang lain.

Berikut indikator keutamaan kebajikan (Nasution, 2019, p.

192):

- 1) Menahan diri dari keuntungan yang terlalu banyak.

- 2) Bersedia menanggung kerugian saat berhadapan dengan orang yang kurang mampu.
- 3) Kedermawanan dalam pemulihan utang. Kedermawanan dalam pembayaran utang.
- 4) Jika pembeli meminta untuk membatalkan jual beli atau sebaliknya, kabulkan permintaan tersebut.

.... وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ

Artinya : ...dan berendah hatilah engkau terhadap orang-orang mukmin. (QS. Al-Hijr: 88)

3. Landasan Teologis Etika Bisnis Islam

Paradigma Islam mengenai etika bisnis menerangkan bahwa yang menjadi landasan filosofis adalah konsepsi “*hablum minallah wa hablum minannas*” yaitu adanya konsepsi hubungan manusia dengan Tuhan serta hubungan manusia dengan manusia lainnya (Aziz, 2013).

Setiap muslim harus berpegang pada landasan tersebut karena akan merasakan kehadiran “pihak ketiga” (Tuhan) dalam berbisnis atau aktivitas lainnya. Hal tersebut dikarenakan dalam Islam, orientasi bisnis tidak hanya untuk kepentingan dunia saja akan tetapi harus memiliki visi akhirat yang jelas. Maka dari itu, kerangka berpikir dalam persoalan etika bisnis menjadi hal yang penting dalam ekonomi Islam (Aziz, 2013).

Pengertian bisnis dalam Islam sendiri tidak terbatas urusan dunia, namun harus diniatkan sebagai ibadah untuk meraih kebahagiaan akhirat (Aziz, 2013). Seperti dijelaskan dalam QS. As- Saff ayat 10-11 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِّنْ عَذَابِ أَلِيمٍ تُوْمِنُونَ
بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ ذَلِكُمْ خَيْرٌ

لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, maukah kamu Aku tunjukkan suatu perdagangan yang (dapat) menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? (Caranya) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.*

Tidak sedikit orang-orang kerap kali terjadi interpretasi yang kurang tepat terhadap ayat tersebut, seakan Islam mengabaikan urusan duniawi kepada akhirat, pandangan ini tentu saja keliru. Sejatinya Allah telah menjamin jika seseorang bekerja keras dalam meraih dunianya dengan tetap memperhatikan kaidah-kaidah akhirat maka akan dicatat sebagai hamba dengan keseimbangan tinggi (Aziz, 2013).

Kita ketahui bersama bahwa Al-Quran merupakan pegangan hidup umat Islam. Terkait dengan bisnis, Al-Qur'an juga telah menjelaskan sekaligus bukti bahwa Islam sangat memperhatikan bisnis sebagai tatanan sosial (Aziz, 2013). Bisnis harus mengandung sikap etis sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an sebagai berikut:

- a. Bermuka manis dan berlunak kata

.... وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ

Artinya : *...dan berendah hatilah engkau terhadap orang-orang mukmin. (QS. Al-Hijr: 88)*

- b. Pemberi maaf, lapang dada tidak mudah marah

....وَلْيَعْفُوا وَلْيَصْفَحُوا أَلَا تُحِبُّونَ أَنْ يَغْفِرَ اللَّهُ لَكُمْ وَاللَّهُ عَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya : *“...Hendaklah mereka memaafkan dan berlapang dada. Apakah kamu tidak suka bahwa Allah mengampunimu? Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (QS. An-Nur: 22)*

- c. Bersikap rendah hati dan tutur kata manis

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا

يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ وَاقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاعْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ
إِنْ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتِ الْحَمِيرِ

Artinya : “Janganlah memalingkan wajahmu dari manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di bumi ini dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai setiap orang yang sombong lagi sangat membanggakan diri. Berlakulah wajar dalam berjalan dan lembutkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai. Ketika berjalan, janganlah terlampaui cepat dan jangan pula terlalu lambat.” (QS. Luqman: 18-19)

d. Tidak membanggakan diri

﴿ إِنَّ قَارُونَ كَانَ مِنْ قَوْمِ مُوسَى فَبَغَى عَلَيْهِمْ وَآتَيْنَاهُ مِنَ الْكُنُوزِ
مَا إِنَّ مَفَاتِحَهُ لَتَنْتُوا بِالْعُصْبَةِ أُولَى الْقُوَّةِ إِذْ قَالَ لَهُ قَوْمُهُ لَا
تَفْرَحْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْفَرِحِينَ ﴾

Artinya : “...Janganlah engkau terlalu bangga. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang terlalu membanggakan diri.” (QS. Al-Qasas: 76)

e. Mengajak dan memberikan perintah yang bijaksana

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “...Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah⁴²⁴) dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik.” (QS. An-Nahl: 125)

f. Saling menghormati dan tidak berprasangka buruk

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِمَّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا
تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ
مَيْتًا فَكَرِهْنُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka! Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah adadi antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah! Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat lagi Maha Penyayang.” (QS. Al-

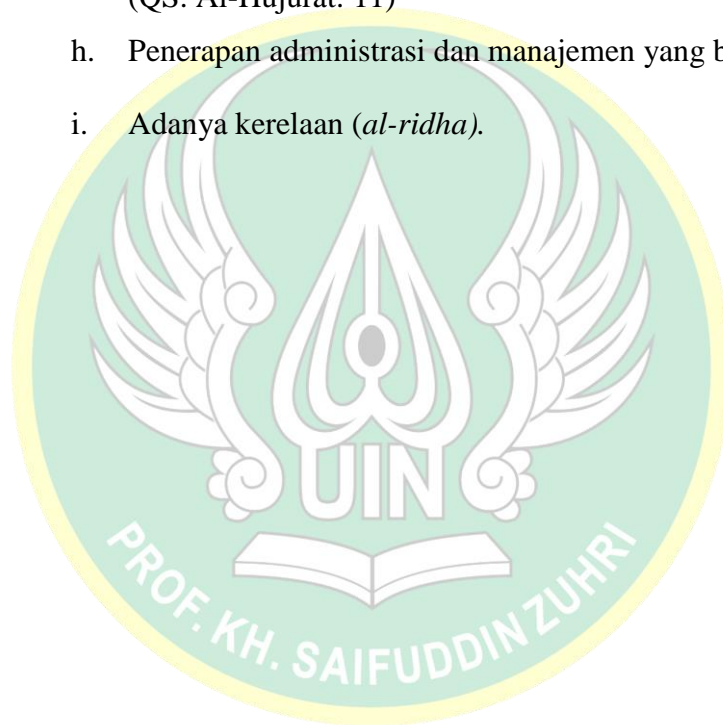
Hujurat: 12)

- g. Tidak memberikan sebutan yang buruk

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرُوا قَوْمًا مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا
مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءً مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا
أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَرُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمَاءُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ
لَّمْ يَتُوبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Artinya : “...Janganlah kamu saling mencela dan saling memanggil dengan julukan yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) fasik setelah beriman. Siapa yang tidak bertobat, mereka itulah orang-orang zalim.” (QS. Al-Hujurat: 11)

- h. Penerapan administrasi dan manajemen yang baik
- i. Adanya kerelaan (*al-ridha*).



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016, p.2). Dalam penelitian “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Jual Beli *Handphone Second* Melalui Media Sosial Facebook” metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan, yaitu penelitian yang disusun dan menggunakan data yang dikumpulkan dari lapangan (Arikunto, 1995, p. 58). Penelitian yang dilakukan melalui studi lapangan, atau dengan mengamati, mendokumentasikan, dan mengumpulkan berbagai fakta dan informasi yang terkumpul di lapangan, dikenal dengan penelitian lapangan (Suwandi, 2008).

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif, yaitu strategi penelitian yang lebih menekankan pada pengembangan pengetahuan yang mendalam tentang suatu masalah tertentu daripada mengkaji masalah penelitian secara umum (Sodik, 2015, p. 28).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada grup facebook “JUAL BELI HP PURWOKERTO”. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah karena grup facebook tersebut merupakan salah satu grup jual beli handphone yang paling banyak anggotanya dan diharapkan pada lokasi tersebut dapat ditemukan data-data yang mendukung penelitian.

Batasan waktu diatur supaya waktu yang digunakan dapat efektif dan efisien. Peneliti harus selalu memenuhi pada tujuan, masalah, dan jadwal yang telah dirancang sebelumnya (Moleong, 2017). Waktu yang dibutuhkan peneliti yaitu selama 3 bulan dari bulan Maret sampai dengan Mei tahun 2023.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini yaitu para pegiat jual beli khususnya penjual dan pembeli *handphone second* di media sosial facebook. Sedangkan objek pada penelitian ini yaitu proses jual beli *handphone second* di grup media sosial facebook..

D. Sumber Data

Data primer dan sekunder akan digunakan sebagai sumber data penelitian. Menurut pengertian penelitian kualitatif, data yang komprehensif harus diperoleh, baik data primer maupun data sekunder, agar penelitian benar-benar berkualitas (Sodik, 2015, p. 28).

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil secara langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016, p. 225). Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan informasi dengan bertanya langsung kepada penjual maupun pembeli *handphone second* di grup JUAL BELI HP PURWOKERTO.

Penelitian tidak dilakukan kepada seluruh penggiat jual beli *handphone second*, sehingga peneliti membutuhkan sampel untuk mewakili data yang dibutuhkan. Tentunya untuk menentukan sampel diperlukan proses yang disebut teknik sampling.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan

sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Sampel yang dipertimbangkan oleh peneliti terdiri dari penggiat jual beli yang sudah dikenal secara pribadi oleh peneliti. Karena penelitian memerlukan sampel yang dapat dijamin objektivitasnya.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti lewat dokumen atau orang lain (Sugiyono, 2016). Data tersebut diambil dari berbagai referensi dari data dalam bentuk literasi atau bacaan yang telah dipublikasi. Data ini berperan untuk melengkapi informasi dari data primer sebagai sumber pertama. Adapun data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, ataupun artikel dari internet.

E. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama dari sebuah penelitian adalah untuk mendapatkan data. Maka dari itu perlu adanya langkah yang strategis untuk mendapatkan data yaitu dengan teknik pengumpulan data (Hardani, 2020, p. 120). Teknik pengumpulan data pada penelitian itu yaitu:

1. Observasi

Menurut Nasution (1988) observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Kemudian Marshall (1995) berpendapat bahwa observasi dapat digunakan peneliti untuk memahami makna dari perilaku tersebut (Sugiyono, 2016).

Observasi dilakukan dengan cara mengamati praktik jual beli *handphone second* secara langsung maupun tidak langsung yang bertujuan untuk memahami bagaimana praktik

jual beli tersebut dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati secara langsung praktik jual beli tersebut di grup Facebook JUAL BELI HP PURWOKERTO.

2. Wawancara

Esterberg (2022) menyatakan bahwa wawancara merupakan proses bertemunya dua orang dalam rangka menggali informasi melalui tanya jawab, sehingga dapat digambarkan maknanya dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2016, p. 231).

Selain itu, menggunakan pendekatan ini akan mempermudah untuk mengajukan pertanyaan. Jadi, pertanyaan tidak hanya berkaitan dengan apa yang telah direncanakan, karena jawaban informan selama wawancara dapat menyebabkan lebih banyak pertanyaan. Pendekatan ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan judul agar lebih mendalam.

Wawancara dilakukan dengan cara bertemu secara langsung dengan pelaku jual beli untuk menggali informasi untuk memenuhi tujuan penelitian yang dilakukan. Adapun data yang dihipunkan adalah bagaimana proses dan etika bisnis dalam jual beli di grup facebook JUAL BELI HP PURWOKERTO.

3. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa terdahulu (Sugiyono, 2016). Dalam suatu penelitian tentunya membutuhkan dokumentasi, baik berupa tulisan, gambar ataupun catatan-catatan untuk memudahkan peneliti dalam memahami kondisi di lapangan. Dokumentasi tersebut akan berguna untuk mempermudah peneliti dalam memahami hasil dari observasi

di lapangan.

Dokumentasi yang dilakukan dengan mengamati dan *screenshoot* kiriman dari pelaku jual beli *handphone second* di laman media sosial grup facebook JUAL BELI HP PURWOKERTO.

F. Teknik Analisis Data

Secara umum, analisis data melibatkan pengelompokan dan penyusunan data ke dalam kategori, pola, dan unit deskriptif dasar untuk mengidentifikasi tema dan mengembangkan hipotesis kerja yang sesuai dengan indikasi data (Moleong, 2017, p. 280).

Menurut (Sugiyono, 2016) menjelaskan bahwa analisis data kualitatif dilakukan baik pada saat data dikumpulkan maupun setelah selesai dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Proses melakukan pencarian dan penyusunan data secara sistematis dari observasi, wawancara, dan dokumentasi meliputi mengklasifikasikan data ke dalam kelompok-kelompok, mendeskripsikannya dalam unit-unit diskrit, mensintesiskannya, menyusunnya menjadi pola, memilih mana yang signifikan dan apa yang akan dipelajari, dan menarik kesimpulan yang sederhana untuk dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Kegiatan dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus dan interaktif sampai selesai, menurut Miles dan Huberman(1984). Kegiatan yang berkaitan dengan analisis data, seperti *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2016, p. 246).

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang didapatkan dalam penelitian ini tidaklah sedikit, tentunya membutuhkan proses untuk menganalisis atau memilih data yang ada untuk kemudian dikerucutkan dan

membuang data- data yang tidak relevan.

Banyaknya data yang terkumpul di lapangan memerlukan pencatatan yang cermat dan teliti serta analisis data yang cepat melalui reduksi data. Mereduksi data memerlukan meringkas, memilih elemen kunci, berkonsentrasi pada apa yang penting, dan mencari tema dan pola. Hasilnya, data yang dipadatkan akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data tambahan dan mencarinya sesuai kebutuhan (Sugiyono, 2016, p. 247).

Pada penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data-data penunjang dan merangkum/menyederhanakan yang berkaitan dengan etika bisnis Islam pada praktik jual beli *handphone second* pada grup facebook JUAL BELI HP PURWOKERTO.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Menurut Miles dan Huberman (1984) teks bersifat naratif merupakan yang paling sering dipakai untuk menyajikan data pada penelitian kualitatif. Untuk dapat lebih memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut maka dibutuhkan proses penyajian data (Sugiyono, 2016, p. 249).

Penyajian data dilakukan dengan cara menyusun data secara sistematis untuk menghasilkan informasi yang terstruktur, sehingga peneliti dapat menyimpulkan informasi tersebut untuk kemudian dijadikan acuan dalam perencanaan berikutnya.

Teknik analisis ini biasanya berupa catatan ketika di lapangan, grafik maupun bagan-bagan, yang demikian ini dilakukan untuk memastikan apakah kesimpulan yang diambil sudah sesuai ataukah perlu dilakukan peninjauan ulang.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Penarikan kesimpulan di awal masih bersifat sementara, dan bisa berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang dapat mendukung pada proses pengumpulan data berikutnya. Masalah yang ditemukan masih bersifat sementara dan setelah melakukan penelitian di lapangan bisa berkembang (Sugiyono, 2016).

Verifikasi data tersebut untuk memastikan bahwa data-data yang telah ditemukan di lapangan tidak ada kesalahan fatal yang menyebabkan kekeliruan informasi dalam proses pengumpulan data. Verifikasi yang dilakukan adalah mendengarkan kembali hasil wawancara yang dilakukan sebelumnya dan dibandingkan dengan data yang didapatkan di lapangan sehingga dapat disimpulkan secara opsional.

Kesimpulan merupakan yang sebelumnya belum pernah ditemukan. Temuan ini bisa berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih bersifat samar-samar yang kemudian setelah diteliti menjadi lebih jelas (Sugiyono, 2016).

Penarikan kesimpulan dilakukan untuk mendapatkan bukti-bukti yang kuat dan valid yang ditemukan di lapangan. Kesimpulan ini berfungsi sebagai informasi secara keseluruhan dari penelitian, dan disajikan dalam bentuk laporan penelitian.

G. Uji Keabsahan Data

Data yang valid harus diperoleh pada penelitian kualitatif agar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Data dikatakan valid apabila data yang di laporkan peneliti sama hasilnya dengan data yang ada di lapangan (Sugiyono, 2016). Maka dari itu agar mendapatkan data yang valid sangat dibutuhkan uji keabsahan data.

Uji keabsahan triangulasi digunakan pada penelitian kali ini

untuk menguji keabsahan data. Triangulasi merupakan pengujian data hasil penelitian dari berbagai sumber dengan cara waktu yang berbeda (Sugiyono,2016, p. 241).

Teknik triangulasi data digunakan pada penelitian kali ini karena pada dasarnya peneliti meneliti satu kasus dengan berbagai teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Media Sosial

Media sosial adalah pengembangan teknologi web berbasis internet yang memfasilitasi interaksi sosial, partisipasi, berbagi informasi, dan pembentukan jaringan online untuk tujuan berbagi materi sendiri (Fela, Oktober 2015). Platform media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook, dan lainnya semuanya terus berkembang, baik dalam hal fitur yang mereka tawarkan maupun dalam hal cara memanfaatkannya.

Media sosial dibuat dengan tujuan memfasilitasi kontak sosial di antara populasi besar. Peneliti masih ingat dulu menggunakan media sosial ini untuk berhubungan dengan teman sekolah dasar. Media sosial sekarang dapat digunakan untuk mempromosikan bisnis, juga untuk membeli dan menjual barang, selain untuk melakukan hubungan sosial. Melalui sistem pengunggahan di media sosial, masyarakat mulai bisa menjual barang miliknya kepada pengguna lain.

Pada kesempatan ini peneliti akan melakukan penelitian analisis penerapan etika bisnis Islam pada grup facebook JUAL BELI HP PURWOKERTO. Grup ini dibuat oleh salah satu pengguna yang kemudian menjadi admin grup. Grup yang beranggotakan 149 ribu lebih pengguna ini dibuat pertama kali pada tanggal 18 Juni 2014. Grup ini dibuat sebagai sarana untuk promosi jual/beli barang khususnya *handphone* dan bisa juga digunakan sebagai sarana agar penjual dan pembeli dapat bertemu satu dengan yang lain. Setiap hari nya ada postingan mengenai jual beli *handphone* tersebut. Menurut informasi yang peneliti dapat dari profil grup tersebut terdapat 150 postingan setiap minggunya.

B. Jual Beli *Handphone Second* Lewat Media Sosial Facebook di Purwokerto

Di Purwokerto, perkembangan jual beli juga ikut terbentuk salah satunya di Media Sosial Facebook yang dapat dilihat dari mulai bermunculannya grup-grup jual beli di media sosial facebook ini, seperti yang sudah dipaparkan oleh tabel grup jual beli di facebook pada latar belakang penelitian ini.

Tabel tersebut berisi daftar grup jual beli paling populer dan aktif di Facebook. Seperti yang bisa dilihat, JUAL BELI HP PURWOKERTO memiliki grup terbesar dengan total 149.800 anggota. Tabel tersebut memang tidak dapat menunjukkan sejak kapan jual beli mulai dilakukan di media tersebut, namun tabel ini hanya memberikan perkiraan bahwa kegiatan jual beli melalui media sosial sudah terjadi dan aktif di Purwokerto.

Jual beli terjadi karena adanya dua orang yang bertindak sebagai penjual dan pembeli. Wawancarapun dilakukan terhadap 10 anggota grup jual beli yang terbagi menjadi 5 orang penjual dan 5 orang pembeli yang melakukan jual beli di media sosial facebook dengan nama yang disamarkan. Berikut hasil wawancara yang telah peneliti lakukan.

1. Pembeli

Saudara DS memulai dengan menjelaskan bagaimana ia pertama kali mengenal media jual beli karena termotivasi untuk mencari penjual *handphone* di media sosial. Dia sebelumnya telah membeli *handphone* dari pengecer resmi. Dia memutuskan untuk mendapatkan *handphone* melalui media sosial karena dia dapat harga yang lebih murah. Proses pembelian tersebut diawali dengan memposting dengan uraian mencari *handphone* dengan dana yang ia miliki. Penjual kemudian akan menanggapi dengan komentar dengan harga dan detail lainnya, dan jika kesepakatan

tercapai setelah diskusi, pertemuan akan diadakan untuk menyelesaikan transaksi. Menurut uraiannya, banyak penjual membuat akun palsu untuk menghindari tanggung jawab jika ada masalah yang melanggar prinsip dasar dan ketentuan jual beli. Menurutnya, penjual tidak menjelaskan secara lengkap spesifikasi produk, dan spesifikasi barang yang diberikan tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya, seperti kondisi baterai. Karena penjual tersebut diduga menggunakan akun palsu dan tidak dapat dihubungi, dia juga tidak dapat memperoleh kembali uangnya untuk produk yang dibelinya. Selanjutnya harga yang ditawarkan sebenarnya sesuai pasaran karena dapat dilakukan negosiasi, meski begitu kondisi yang didapat yang tidak sesuai membuatnya merasa telah tertipu. Ia juga pernah dipaksa untuk membeli *handphone* karena penjual sudah menempuh jalan yang jauh. Ia juga pernah menjumpai seseorang menawarkan *handphone* yang sedang ia tawar lebih dahulu. Terakhir ia mengatakan jual beli media sosial tidak ada yang dimintai pertanggung jawaban.

Kedua, BR mengetahui bahwa praktik jual beli di media sosial berawal dari ajakan dari pengguna lain yang sebelumnya pernah membeli *handphone* dari *retailer* ternama. Dia menggunakan media sosial untuk melakukan pembelian karena dia menginginkan *handphone* yang lebih baik dengan proses tukar tambah yang sederhana. Proses pembeliannya adalah dengan mencari postingan atau lebih jarang memposting (mencari HP), kemudian tawar menawar harga dan menanyakan kondisi barang tersebut. Jika sudah sepakat dilanjutkan menentukan lokasi pertemuan, setelah itu mengecek kondisi sebentar dan melakukan pembelian. Ia memaparkan bahwa baik rukun dan syarat sudah terpenuhi, meskipun dalam barang yang memang tidak bisa dipastikan kondisinya secara detail, mengingat barang second. Selain fakta bahwa tidak semua

detail barang juga sesuai dengan kondisi sebenarnya, yang hanya bisa dipahami setelah menggunakannya kira-kira sehari, penjual hanya menjelaskan secara singkat keadaan barang dan hanya ingin menjelaskan lebih lanjut saat ditanyai. Karena penjual tidak menanggapi pesan atau bahkan memblokir, ia juga tidak dapat mengembalikan *handphone* tersebut. Ia pun merasa tertipu karena harga *handphone* yang dibelinya tidak sesuai dengan keadaannya. Karena metode jual beli di media sosial didasarkan pada tawar-menawar, ia sering bersaing dengan penawaran penjual lain untuk barang-barang seperti *handphone*. Meski demikian, dia mengaku tidak pernah merasa tertekan untuk melakukan pembelian. Menurutnya, transaksi yang dilakukan melalui media sosial hanya antara pembeli dan penjual dan tidak dapat dimintai pertanggungjawaban.

Ketiga, AF, yang belum pernah membeli apa pun sebelumnya tetapi mendengar tentang penawaran dan pembelian ini dari seorang teman. Dia membeli di media sosial karena dia sering bosan dan senang mengganti ponselnya, dan kadang-kadang dia dapat menghasilkan uang jika dia menemukan penawaran yang bagus dan menjualnya untuk mendapatkan keuntungan. Menurut pengalamannya, ada dua cara untuk membeli yaitu memposting dan mencari postingan penjual. Setelah menegosiasikan harga, kemudian lakukan pertemuan untuk melihat kondisi ponsel. Jika perlu, negosiasikan harga lagi. Setelah kedua belah pihak setuju, pembelian dilakukan; jika tidak, maka dibatalkan. Ia pernah bertemu seorang penjual yang mengaku masih duduk di bangku kelas dua SMP. Selain itu, riwayat penjual terkadang tidak diketahui karena dia sering menggunakan akun palsu, dan barang-barang tersebut menyembunyikan beberapa kekurangan. Saat memposting, penjual menawarkan sedikit detail, dan pembeli disarankan

untuk memeriksa sendiri barang tersebut. Misalnya, jika pembeli baru menemukan bahwa barang tersebut rusak, penjual baru menyebutkannya, atau terkadang ia mengklaim tidak tahu. Khususnya pada hal-hal yang tidak bisa dilihat, seperti kondisi ponsel sudah diservis atau belum, penjelasan penjual seringkali berbeda dengan keadaan sebenarnya. Jika ponsel rusak misalnya, penjual mungkin enggan menerimanya kembali dengan alasan pembeli sudah memeriksanya sendiri. Harga akan bervariasi tergantung bagaimana percakapan berlanjut di bagian komentar, tetapi dia mencatat bahwa kadang-kadang harga yang ditawarkan tidak jauh berbeda antara *handphone second* dan baru, bahkan terkadang harga second lebih mahal. Dia sering kesal karena *handphone* yang akan dibelinya dibatalkan karena seseorang memberikan penawaran yang lebih baik. Dia pernah terpaksa membeli dua kali, bahkan sampai dipukul di pelipis, satu kali karena penjual sudah menempuh jalan yang jauh dan yang lain karena penjual merasa pembeli telah menyetujui pembelian meskipun faktanya persyaratannya tidak sesuai. Tidak ada yang bisa dimintai pertanggungjawaban, katanya.

Keempat, saudari FN pertama kali disarankan oleh seorang teman untuk memperbaiki *handphone* melalui media sosial karena harganya yang murah. Ia mengaku sebelumnya sudah tiga kali melakukan transaksi di konter, dua kali memesan beli untuk saudaranyadan satu kali untuk dirinya sendiri. Karena harganya lebih murah dari harga konter, media sosial adalah metode distribusi yang disukai. Proses pembeliannya adalah yang pertama, dia memposting di grup, atau jika tidak, dia mencari postingan ponsel yang bagus. Kemudian, dia menegosiasikan harga dan jika dia telah setuju untuk melakukannya, diakemudian meminta nomor ponselnya. Selanjutnya, dia memverifikasi barang tersebut dan jika cocok, dia kemudian membeli ponsel

tersebut. Dia mengklarifikasi bahwa tidak ada masalah dengan syarat dan ketentuan jual beli. Tetapi satu-satunya masalah adalah kualitas barang mungkin berbeda. Dia berpendapat bahwa penjual yang dapat dipercaya harus sepenuhnya menjelaskan barang kepada konsumen daripada mengandalkan mereka untuk melakukannya. Ia menambahkan, setiap kali ingin ganti *handphone*, Ia selalu menjelaskan kondisi barang dagangannya. Status baterai adalah item yang sulit ditentukan olehnya. Jika menemukan penjual yang siap menerima pengembalian sekali atau dua kali, kita dapat mengembalikan barang tersebut. Tetapi, lebih sering tidak bisa karena penjualnya tidak dapat dihubungi. Menurutnya, harganya wajar. Bahkan ketika kita bertemu dengan seseorang yang sedang membutuhkan uang, kita bisa mendapatkan harga yang lebih murah. Kita harus pandai dalam negosiasi ketika mau melakukan transaksi di facebook. Menurut pengakuannya, dia pernah dipaksa untuk membeli *handphone* karena sudah diantar kerumah dengan perjalanan yang cukup jauh, namun tetap tidak mau membeli karena kondisi *handphone* yang tidak sesuai deskripsi facebooknya hanya saja mengganti uang bensin. Dalam proses jual beli, tidak ada yang bisa dimintai pertanggungjawaban, menurutnya.

Kelima, saudari DN dia mengetahui dari kawannya dan juga pernah melakukan pembelian di konter. Media sosial adalah pilihan yang baik karena kita dapat bertemu langsung dengan penjual dan menegosiasikan kesepakatan harga yang lebih baik. Dia mulai dengan mencari postingan di media sosial tentang *handphone* yang sesuai dengan jenis barang yang ingin dia beli dan menyesuaikan jumlah uang yang dia miliki, kemudian mengomentari postingan untuk menawar harga, dan kemudian melakukan pembelian setelah memeriksa *handphone* ketika mereka bertemu. Ia menegaskan, dalam penerapannya, rukun

dan syarat jual beli keduanya telah terpenuhi. Selain itu, ia mengatakan bahwa penjualan tersebut telah menghilangkan informasi penting tertentu, dan meskipun penjual mengklaim bahwa kondisi tersebut tidak menjadi perhatian, ternyata hal tersebut tidak tepat. Dia juga memiliki masalah yang sama dengan yang lain yaitu penjual tidak dapat dihubungi, sehingga tidak mungkin mengembalikan barang jika terjadi masalah. Baginya, harga yang diberikan tentu lebih murah dari harga konter, namun terkadang tidak sesuai dengan permintaan yang diajukan. Negosiasi dilakukan sebanyak 2 kali, sekali di pertemuan dan sekali di kolom komentar. Dia mengklaim bahwa transaksi di media sosial lebih mirip dengan sistem lelang di mana setiap pengguna diizinkan untuk mengajukan penawaran yang lebih besar. Tidak pernah seorang penjual memaksanya untuk melakukan pembelian. Dia mengklaim bahwa tidak ada yang bisa dimintai pertanggungjawaban.

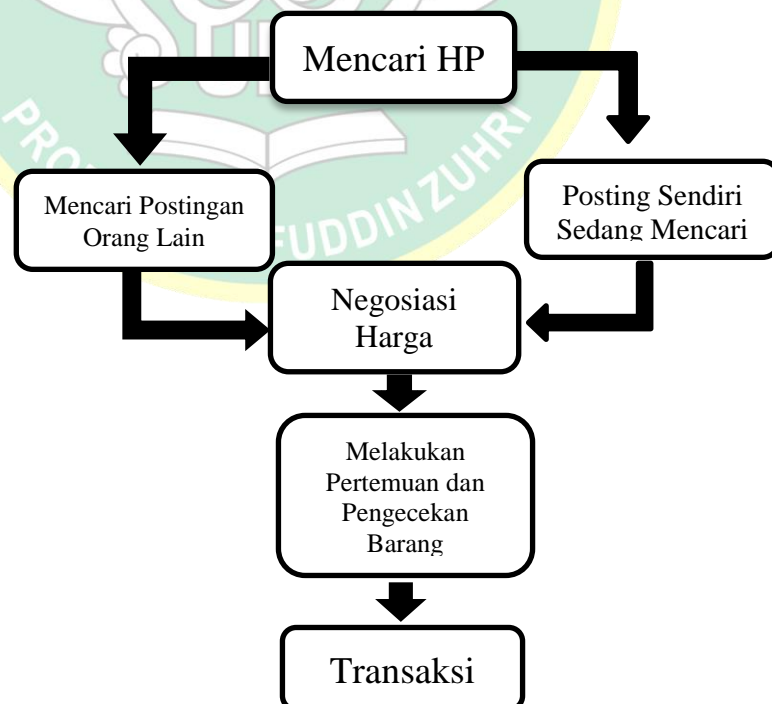
Berdasarkan data wawancara di atas, terlihat bahwa pembeli terlebih dahulu memiliki pengetahuan tentang jual beli media sosial. Pengetahuan ini datang melalui teman, undangan grup, dan beberapa pembeli yang termotivasi untuk mencari orang lain yang menjual *handphone* di media sosial Facebook. Namun, saran atau informasi dariteman yang banyak terjadi seperti yang dialami pada AF, DS, DN.

Keempat informan tersebut mengatakan pernah melakukan pembelian di konter, hanya ada satu narasumber yaitu AF yang tidak pernah membeli apapun dan hanya menerima *handphone* dari saudaranya. Sementara itu, para pembeli memanfaatkan media sosial Facebook untuk jual beli barang dengan berbagai alasan, seperti potongan harga, kesempatan untuk bertemu orang yang tidak menggunakan perantara, keinginan untuk bertukar *handphone*, dan bahkan hanya karena mereka membutuhkan

handphone murah. Tampaknya harga yang terjangkau masih menjadi faktor utama.

Langkah-langkah untuk melakukan pembelian meliputi mencari *handphone* yang akan dibeli, tawar-menawar di kolom komentar, memilih lokasi pertemuan, dan mengadakan pertemuan untuk memeriksa *handphone*, dan jika kedua belah pihak setuju, maka akan melakukan transaksi. Satu-satunya perbedaan mendasar di antara kelimanya adalah cara mencari *handphone*, seperti yang disebutkan oleh BR, FN, AF, mereka bisa memposting sedang mencari *handphone* atau mencari postingan penjual sambil mencarinya. Sedangkan DN dan DS hanya mencari lewat postingan penjual. Namun, tidak banyak perbedaan dalam cara yang mereka gunakan, seperti pada bagan berikut:

Gambar 1.1
Proses Transaksi Beli Handphone di Facebook



*sumber : hasil wawancara

Menurut yang dikatakan oleh DS, penjual melakukan transaksi dengan akun palsu yang tidak dapat dijerat hukum apabila *handphone* rusak, yang berarti syarat-syarat jual beli belum terpenuhi sepenuhnya. Penjual juga bisa dikatakan tidak profesional dan belum matang dalam akal berdasarkan pengalaman yang dialami oleh AF yang bertemu dengan penjual usia SMP. DN menyebutkan bahwa kondisi baterai *handphone* boros, padahal penjual sempat mengatakan tidak ada masalah saat pertama kali bertemu, dan contoh barang lain yang sering dijual memiliki kesalahan yang tidak diungkapkan dan tidak dapat digunakan sebagaimana mestinya. Kemudian, menurut FN, belum bisa ditentukan status halal atau tidaknya *handphone* yang dijual. Terbukti masih ada syarat jual beli tertentu yang belum terpenuhi dalam beberapa transaksi *online*.

Penjual hanya memberikan sedikit informasi tentang ponsel yang ditawarkan, menurut saudara FN dan BR. Informasi yang sebanding juga diterangkan oleh sumber lain. Selain itu, terkadang detail barang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya, seperti yang terjadi pada DN dan DS dengan baterai *handphone* dan seperti yang terjadi pada AF ketika *handphone* yang dibelinya mati dan, setelah dibawa ke konter, diketahui bahwa penjual telah memperbaiki ponsel tersebut. Pembeli sepenuhnya bertanggung jawab untuk memeriksa barang. Jika ada kesalahan ditemukan, penjual baru akan menjelaskan. Karena tidak banyak waktu untuk memeriksa *handphone*, banyak aspek dari item tersebut yang masih belum diketahui. Karena penjual juga pemiliknya, dia seharusnya tahu lebih baik, tetapi alih-alih mengungkapkannya, pelanggan sering kali merasa tertipu tentang keadaan barang.

Menurut FN, meskipun harga yang diberikan saat jual beli di media sosial sesuai dengan pasar, pembeli mungkin dapat menemukan harga yang lebih murah dari penjual yang sangat membutuhkan uang. Setiap pembeli bebas mengajukan penawaran pada *handphone* di postingan dan harga masih bisa dibicarakan di komentar. Dalam penjelasan Saudara DN, ia membandingkannya dengan sistem lelang. Seperti yang dialami oleh saudara AF, DS, dan FN, penawaran bebas ini mengakibatkan batalnya perjanjian beberapa penjual yang telah berjanji untuk melakukan transaksi dan pertemuan. Karena tidak adanya penutupan penawaran, ini menunjukkan bahwa proses jual beli sehubungan dengan mengajukan penawaran pada penawaran orang lain dilarang.

Semua sumber mengatakan bahwa produk yang dibeli tidak dapat ditukar. Beberapa penjual sulit dihubungi, bahkan ada yang akun mediasosialnya langsung ditutup agar tidak meninggalkan bukti. Selain itu, tidak ada yang bisa dimintai pertanggungjawaban saat jual beli di media sosial, itu hanya antara penjual dan pembeli. Lalu ada beberapa, yang seperti DS dan AF jelaskan, tunduk pada pembelian paksa. Saudara AF mengatakan bahwa ia pernah dipaksa bahkan dipukul untuk membeli *handphone* yang tidak sesuai dengan kualitas barangnya sebelum membeli *handphone*.

2. Penjual

Pertama saudari KT, ia pertama kali mengetahui jual beli media sosial melalui saran seorang teman. Sampai saat itu, dia sendiri tidak pernah menjual *handphone*. Dia menggunakan media sosial untuk menjual barang karena dia membutuhkan uang tambahan untuk pengeluaran sehari-hari. Selain itu, ia menyebutkan bahwa terdapat pelanggan anak-anak yang masih

duduk di bangku SD atau SMP. Ia mengaku mendapatkan produk yang halal melalui media sosial dan sedang dipasarkan. Menurut pemaparannya, ia selalu memberikan harga tanpa tawar-menawar dan mendasarkan harga penjualannya pada harga pasar, tanpa menghiraukan kondisi produk jika tidak berpengaruh pada kinerja produk. Dia tidak memanfaatkan ketidaktahuan pembeli untuk mendapat untung besar karena dia tidak ingin terlihat terlalu mahal. Pembeli harus memverifikasi spesifikasi produk untuk dirinya sendiri. Terkadang, penjual akan mengklaim bahwa barang tersebut adalah barang pakaian pribadi untuk membujuk pelanggan. Selain menjual produk yang layak, ia juga menawarkan produk yang tidak layak. Ia juga enggan untuk menerima barang yang dikembalikan karena pembeli telah melakukan uji tuntas sendiri dan tidak memaksanya untuk membeli.

Kedua, saudara PY tertarik untuk bergabung karena melihat proses jual beli di beranda facebook nya. Sebelumnya dia juga pernah melakukan penjualan karena kakaknya memiliki konter yang sangat lengkap. Meski demikian, dia berjualan di facebook karena ingin berganti *handphone* dan keuntungan apa pun sebenarnya adalah bonus. Dia mengakui bahwa dia juga membeli barang-barang dari pengecer media sosial lainnya, terkadang bagus, terkadang buruk. Dia mempertimbangkan kondisi barang saat menentukan harganya, jika ada kekurangan, dia akan menurulkannya. Kemudian untuk pembicaraan harga berlangsung di komentar dan saat pertemuan. Karena dia melakukannya hanya sebagai hobi dan menganggap penghasilan apa pun sebagai bonus, dia juga tidak pernah memanfaatkan ketidaktahuan pembeli. Dia merasa sulit untuk menjelaskan semuanya di media sosial, jadi dia meminta pembeli untuk mengecek sendiri dan kemudian menjelaskan beberapa

kekurangan. Dia juga mengakui bahwa *handphone* itu ada kekurangan, tetapi dia menolak untuk menerimanya karena dia yakin telah menjelaskan masalahnya secara jelas. Dia tidak pernah menekan pelanggan, jika pelanggan ingin membeli silakan, jika tidak ya jangan dipaksa.

Ketiga, meskipun saudara DY belum pernah melakukan transaksi sebelumnya, dia telah belajar tentang jual beli dari kakak laki-lakinya, PY. Penjualan dilakukan untuk menghasilkan keuntungan. Saat berjualan, ia mempublikasikan atau mencari postingan pembeli, lalu merespon pembeli yang menanyakan kondisi *handphone* dan menegosiasikan harganya. Setelah kesepakatan tercapai, pembeli memilih waktu dan lokasi pertemuan. Dia memberi pembeli *handphone* kebebasan untuk memeriksa kondisi *handphone* saat mereka bertemu. Dia tidak pernah membeli barang curian. Sebaliknya, dia membeli dan menjual barang di media sosial dengan harga murah karena adanya kekurangan atau pihak yang membutuhkan uang. Dia menjual dengan harga pasar, dan saya berusaha menutupi masalah apa pun sejauh mungkin. Dia mengatakan, agar harga jual tinggi, dia sudah menetapkan harga tinggi sejak awal. Jika pembeli menawar setidaknya agak mendekati harga awal, dia mengklaim bahwa ini membuktikan bahwa dia memangsa kurangnya pengetahuan harga pelanggan untuk meningkatkan keuntungannya. Karena terkadang dia menerima barang di bawah standar, tidak semua barang yang dia jual layak. Dia tidak mau ada pengembalian karena sudah disepakati pada saat pembelian, tetapi dia tidak pernah memaksa siapa pun untuk membeli apa pun selain bensin.

Keempat, saudara EA menjelaskan bahwa dia pertama kali mengetahui tentang jual beli di media sosial secara tidak sengaja. Dia menggunakan fitur pencarian Facebook untuk mempelajari

lebih lanjut tentang jual beli ketika grup jual beli *handphone* muncul. Dia kemudian mencoba masuk ke grup tersebut dan membeli *handphone*, yang kemudian dijual kembali di sana juga dengan harga lebih tinggi. Meski belum pernah berdagang sebelumnya, ia tetap bisa menghasilkan sedikit keuntungan. Hal ini mendorongnya untuk melanjutkan mencari keuntungan melalui jual beli. Jelas bahwa dia menyatakan tidak pernah membeli barang curian. Ia membeli barang-barang itu facebook juga dan kemudian menjualnya lagi. Yang penting dia menjualnya dengan nilai pasar yang wajar. Jika dia menjualnya dengan harga lebih murah, dia akan menerima keuntungan yang lebih kecil. Dia mengakui mengambil keuntungan dari ketidaktahuan pembeli. Dia berkata bahwa dia mendapat keuntungan dari memanfaatkan mereka yang membutuhkan uang serta orang lain yang tidak mengetahui kondisi dan biaya yang terkait dengan barang tersebut. Jika pembeli bertanya, dia akan menjelaskan kondisi produk. Tetapi jika tidak, dia akan menolak untuk melakukannya. Dia memikirkan beberapa hal sebelum menerima kembali produk yang sudah terjual, seperti jika orang tersebut jauh dan apakah pembeli akan melacak, dan kenapa barang tersebut dikembalikan. Ia tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli dagangannya.

Kelima, saudara JM, dia pertama kali belajar tentang jual beli media sosial melalui TV, dan sebelumnya dia sudah berkali-kali melakukan penjualan dengan teman-temannya sendiri. Dia menjual untuk menggunakan hasil penjualan untuk membeli yang lebih bagus. Dia mengklaim bahwa rukun dan syarat jual beli telah terpenuhi. Dia juga membeli *handphone* yang dia jual melalui media sosial, yang kemudian dia tawarkan kepada pelanggan dengan harga yang hanya sedikit lebih mahal dari harga belinya. Ketika dia menetapkan harga, dia sering memilih

untuk menaikkannya. Misalnya, dengan harga pasar 1,6 juta rupiah, dia menawarkan 1,7 juta rupiah dan kemudian membujuk pelanggan untuk menerimanya. Ia tidak mau menerima produk yang dijual karena menurutnya selalu dalam kondisi baik. Dengan pengecualian masalah yang jelas ada, seperti layar sentuh yang rusak, dia akan menjelaskan kondisinya dan menurunkan harga yang diminta. Ia menerangkan bahwa jika alasan tidak jadi membeli karena alasan yang tidak masuk akal ia akan memaksa pembelian, seperti hanya sedikit lecet pada *body*, kalau ia tidak mau saya minta ganti uang bensin.

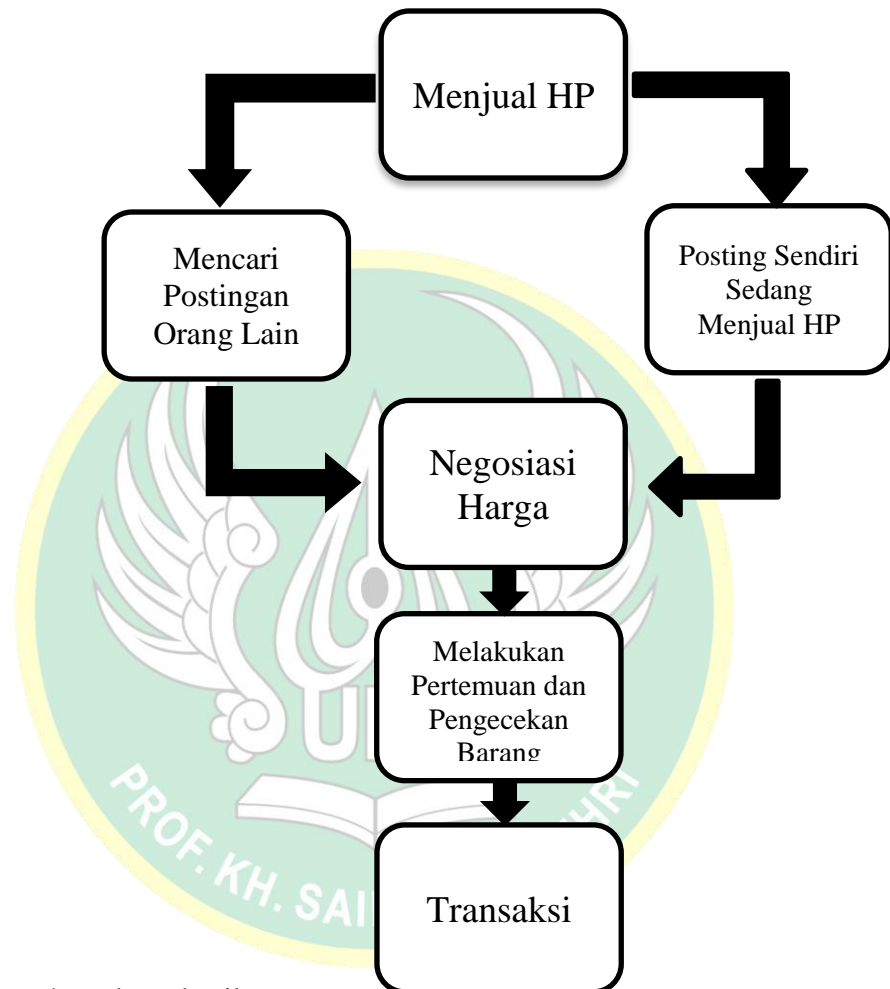
Berdasarkan informasi dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa penjual pertama kali mengetahui jual beli di media sosial melalui rekomendasi teman, melihat berita TV, beranda media sosial Facebook, dan beberapa informasi dari keluarganya (kakak laki-lakinya). Dari kelima sumber digunakan, tiga di antaranya mengatakan tidak pernah menjual *handphone* sebelumnya dan dua lainnya, mengakui bahwa mereka pernah melakukannya. Mereka melakukan pekerjaan paruh waktu, antara lain untuk menambah penghasilan, mencari keuntungan, meningkatkan gaya hidup, dan mengganti *handphone* sebagai hobi. Meskipun beragam alasan tersebut, tetapi pada dasarnya mereka mencari keuntungan.

Kelima informan menjelaskan bahwa meskipun proses penjualan *handphone* pada dasarnya sama, beberapa penjual menjualnya hanya dengan mempostingnya secara online, sementara yang lain, seperti DY juga mencari postingan dari calon pembeli yang membutuhkan *handphone*. Langkah selanjutnya termasuk diskusi harga yang dilakukan di bagian komentar, mengatur pertemuan dan mengadakannya, mengundang pembeli untuk melihat barang, dan melanjutkan hingga semua transaksi selesai. Untuk lebih jelas bisa dilihat

pada bagan berikut:

Gambar 1.2

Proses Transaksi Jual HP di Facebook



*sumber : hasil wawancara

KT mengklarifikasi mengenai rukun dan syarat jual beli ia pernah bertemu dengan seorang pembeli yang masih duduk di bangku SMP dan menurutnya tidak cakap hukum, tetapi keempat narasumber lainnya tidak pernah menjumpai hal. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat pembeli muda yang belum matang akal sehatnya saat melakukan jual beli di media sosial. Informasi wawancara juga mengungkapkan bahwa produk

penjual adalah *handphone*, yang juga dia beli melalui media sosial.

Menurut DY, ia juga menjual produk yang kurang bagus karena ia juga mendapatkan barang yang kurang bagus, sehingga barang yang diperoleh tidak selalu dalam keadaan baik. Oleh karena itu, dapat diklaim bahwa mereka membeli barang dengan harga yang lebih murah dan kemudian menjualnya kembali melalui media yang sama dengan harga yang lebih mahal dengan menyembunyikan beberapa kekurangannya ada.

Berbeda dengan keempat narasumber lainnya, Saudara PY mendasarkan harganya pada kondisi barang yang dijualnya, dan jika ada kekurangan maka dia akan menurunkan harganya. Artinya, meski *handphone* yang dijual bermasalah, harganya tidak akan turun kecuali jika cacatnya langsung terlihat, seperti saat layar sentuh retak seperti diungkapkan saudara JM. Selain itu, keempat narasumber selain KT mempersilakan para pembeli untuk mengajukan penawaran di kolom komentar, namun ia memberikan harga nett yang tidak bisa ditawar lagi karena menurutnya sedikit merepotkan.

Seperti yang ditunjukkan oleh wawancara dengan JM, penjual berusaha memanfaatkan ketidaktahuan pembeli dengan mengusulkan harga yang lebih tinggi dari harga pasar dan kemudian meyakinkan pelanggan bahwa harga yang tinggi adalah harga pasar yang berlaku. Saudara DY juga melakukan hal yang sama hanya saja ia tidak meyakinkan pelanggan mengenai harga. Namun, yang lebih menarik adalah keterangan saudara EA, di mana dia mengklaim bahwa dia memanfaatkan pembeli dan penjual yang kekurangan informasi tentang harga dan kondisi *handphone* untuk mendapatkan keuntungan besar. Saudara PY yang hobi, jual belinya tidak demikian. Keuntungan,

jika ada, akan ditambahkan sebagai bonus. Tampaknya beberapa pedagang lebih suka memanfaatkan ketidaktahuan orang lain untuk mendapat untung besar.

Penjual mengakui bahwa dia tidak menjelaskan semua spesifikasi produk dalam penjelasannya. Jelas dari komentar DY bahwa pembeli akan menawarkan harga yang lebih rendah atau bahkan tidak melakukan pembelian jika dia menjelaskan kondisi produk secara menyeluruh. Saat memverifikasi, penjual juga hanya akan memberikan detail produk jika pembeli memintanya, seperti yang dilakukan EA. Jelas bahwa tidak semua informasi dijelaskan oleh penjual. Bahkan saudara KT, pernah mengakui bahwa dia menggunakan klaim bahwa *handphone* dijual sebagai pakaian pribadi daripada barang sebenarnya agar terlihat lebih percaya. Membuat klaim yang palsu dan kurangnya keterbukaan penjual mengenai barang masih sering terjadi pada jual beli di media sosial.

Kelima informan tersebut mengklarifikasi bahwa mereka tidak mau mengembalikan *handphone* yang dijual. Pembeli telah memverifikasi *handphone* yang dibelinya sendiri, menurut salah seorang informan, DY dan KT. Bahkan PY itu mengaku bukan konter yang akan menerima kembali *handphone* yang dijualnya kembali. EA, di sisi lain, tetap bersedia mengambil *handphone* yang dijual, dengan beberapa syarat, seperti kedekatan pembeli dengan penjual dan apakah pembeli bisa dipantau atau tidak. Pada dasarnya penjual tampak enggan untuk menerima kembali *handphone* itu

Terkait pemaksaan pembelian, hanya DY dan JM dari lima sumber yang mengaku melakukan pemaksaan pembelian, termasuk dengan menuntut uang bensin jika transaksi gagal. Ini kemudian bergantung pada alasan untuk tidak membelinya. Jika

tidak masuk akal seperti yang dijelaskan, JM, dia akan memaksa pembeli. Meskipun kadang-kadang ada paksaan, ini lebih jarang terjadi daripada paksaan seperti meminta uang untuk bensin.

Menurut data wawancara, tidak ada yang bertanggung jawab atas aktivitas jual beli di media sosial. Penjual dan pembeli bertanggung jawab atas semua sendiri. Jika terjadi ketidaksepakatan, hanya penjual dan pembeli secara individu yang dapat menyelesaikannya.

C. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Jual Beli *Handphone Second* di Media Sosial Facebook pada Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO

1. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam

Temuan wawancara lima penjual dan lima pembeli menawarkan ringkasan tentang bagaimana media sosial digunakan untuk jual beli. Pada kenyataannya, tidak banyak perbedaan antara cara membeli dan menjual, keduanya dapat dimulai dengan memposting atau mencari postingan, menegosiasikan harga, dan melakukan pertemuan untuk mencapai kesepakatan atas transaksi. Karena minat dan keinginan untuk meng-*upgrade* ke *handphone* yang lebih baik, mereka melakukan jual beli dengan tujuan mencari keuntungan sebagai usaha sampingan untuk menambah penghasilan. Misalnya, PY, seorang penjual, memperlakukannya sebagai hobi dan menganggap nilai tambah sebagai keuntungan. Namun demikian, tujuan utama dari semua tindakan pembelian dan penjualan sebenarnya adalah untuk memaksimalkan keuntungan.

Kedua belah pihak mengaku bahwa syarat dan rukun jual beli telah dipenuhi sepenuhnya. Dimana rukun jual beli yaitu adanya penjual dan pembeli, *sighat* atau ijab dan qabul, ada

barang yang dibeli, dan ada nilai tukar pengganti barang, yang telah terpenuhi pada proses jual beli tersebut. Kemudian pada syarat jual beli antara lain syarat yang menyangkut subjek jual beli yaitu berakal sehat, tanpa paksaan, keduanya tidak mubadzir, dan sudah *baligh* atau dewasa. Namun, seperti yang dialami DS, KT, dan AF, masih ada sejumlah pembeli dan penjual yang mengaku pernah bertemu dengan penjual atau pembeli yang belum dewasa dan belum cakap hukum. Ini menunjukkan bagaimana popularitas jual beli di media sosial membebaskan aktivitas dari batasan usia. Dapat dikatakan bahwa masih ada pembelian dan penjualan tertentu di media sosial yang tidak sesuai dengan syarat karena dilakukan oleh individu yang dianggap tidak dewasa dalam akal mereka. Dan juga seperti yang DY dan JM katakana bahwa masih ada unsur paksaan dalam jual beli sehingga melanggar syarat jual beli tersebut.

Topik utama pembahasan dalam penelitian ini adalah etika bisnis Islam, yang terdiri dari lima prinsip dasar etika Islam: keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan (kebenaran). Berdasarkan hasil wawancara tersebut, berikut adalah kajian jual beli yang terjadi di grup JUAL BELI HP PURWOKERTO di Facebook jika ditinjau dari etika bisnis Islami.

a. Keesaan (*Unity*)

Gagasan Tauhid yang merupakan poros vertikal Islam merupakan cerminan persatuan. Allah yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) mutlak atas seluruh ciptaan-Nya, adalah satu-satunya pemilik alam semesta, termasuk manusia (Beekun, 2004, p. 33). Setiap orang memiliki hak yang sama karena semua yang ada di bumi adalah milik

Tuhan Yang Maha Esa, yang harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis. Dilarang menggunakan, atau menuntut, diskriminasi hanya berdasarkan warna kulit, etnis, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau usia (Faisal Badroen, 2006, p. 89).

Pada dasarnya, grup JUAL BELI HP PURWOKERTO memang dapat diakses oleh semua orang. Siapapun boleh masuk dan melakukan transaksi jual beli didalamnya tanpa ada diskriminasi terhadap warna kulit, etnis, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau usia. Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 narasumber tersebut, ketidakadilan muncul dalam proses pengembalian barang ketika ada kerusakan. Seperti yang dijelaskan saudara EA, ia akan menerima pengembalian barang jika orang terdekatnya saja, tidak untuk semua pembeli. Hal ini jelas bahwa konsep keesaan yang menitikberatkan pada keadilan belum terpenuhi dalam praktik jual beli tersebut.

b. Keseimbangan

Dalam Islam, dimensi horizontal dikenal dengan keseimbangan atau '*Adl*' (Faisal Badroen, 2006, p. 91). Gagasan horizontal yang berkaitan dengan interaksi antara spesies yang berbeda. Gagasan keseimbangan mengajak para pebisnis untuk memperhatikan hak-hak setiap makhluk hidup, tanpa terkecuali. Orang-orang dalam bisnis seharusnya tidak peduli dengan keuntungan pribadi mereka.

Media sosial digunakan untuk membeli dan menjual, dan mayoritas penjual menetapkan harga sesuai dengan harga pasar. Meskipun tampaknya tidak menjadi masalah, harga yang ditetapkan benar-benar tidak sesuai dengan

keadaan barang. Penetapan harga yang tidak ditentukan oleh keadaan barang mengakibatkan kurang transparannya harga yang sebenarnya, yaitu harga yang sering digunakan oleh penjual atau pembeli lain, sehingga membuat mekanisme penetapan harga menjadi tidak normal. Menurut temuan, 80% penjualan terlibat dalam jenis perilaku ini, sedangkan 100% pembeli mengatakan bahwa penetapan harga barang ditetapkan berdasarkan harga pasar daripada kondisi barang. Secara alami, ini bertentangan dengan gagasan keseimbangan, yang mana mengedepankan indikator salah satunya adalah transparansi harga dan penetapan harga yang wajar.

c. Kehendak Bebas

Menurut batasan ciptaan Allah, kebebasan adalah kemampuan pelaku jual beli untuk beroperasi tanpa tekanan dari luar (Aziz, 2013, p.44). Manusia diperbolehkan untuk menggunakan kaidah-kaidah Islam dalam ekonomi. Hak untuk melakukan kegiatan perdagangan, termasuk jual beli, dalam bentuk apapun yang diberikan kepada manusia. Namun tindakan tersebut harus sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Menurut temuan wawancara, 40% penjual yang diwawancarai mengaku melakukan pemaksaan pembelian barang, sedangkan 60% pembeli yang diwawancarai mengaku mengalami perilaku pemaksaan. Pelanggan membatalkan transaksi karena alasan yang tidak bisa diterima, atau perjalanan yang jauh, sebagai dasar tindakan paksa ini. Selain itu, banyak penjual masih meminta pembeli untuk membayar barang secara langsung atau meminta uang

bensin sebagai imbalan atas paksaan tersebut. Islam menganjurkan jual beli sebagai sarana memenuhi kebutuhan, tetapi harus dilakukan dengan kesepakatan bersama. Jual beli di media sosial facebook masih belum memperhitungkan konsep kehendak bebas etika bisnis Islam.

d. Tanggung Jawab

Kebebasan tanpa batas itu menggelikan karena menyiratkan kurangnya akuntabilitas atau kewajiban (Beekun, 2004, p. 40). Orang-orang dalam bisnis harus mempertimbangkan dampak dari bisnis yang mereka operasikan. Tanggung jawab membatasi kebebasan pelaku.

Wawancara dengan responden mengungkapkan bahwa 100% informan dari pihak pembeli menyatakan bahwa *handphone* penjual masih terdapat beberapa catatan yang tidak sesuai dengan detail yang dijelaskan, sedangkan 80% informan dari pihak penjual lebih memilih menyembunyikan kekurangan produk untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi. Saudara DY yang merupakan penjual, mengaku tidak membeberkan kondisi barang tersebut karena pembeli akan menawarkan harga yang lebih murah. Selain itu, ia sesekali menerima *handphone* yang tidak berfungsi dengan baik, jadi daripada merugi, ia menjualnya sambil tetap mencari untung. Selain itu, KT membuat pengakuan palsu di mana dia mengatakan bahwa meskipun dia hanya menggunakan *handphone* untuk waktu yang singkat, itu adalah pakaian pribadi dalam arti sering digunakan. Konsep tanggung jawab masih belum sepenuhnya tercermin dalam beberapa bentuk perilaku,

seperti menyembunyikan kekurangan produk dan membuat pengakuan palsu.

e. Kebajikan

Beberapa buku mengungkapkan kebajikan atau kebaikan ini dengan cara yang benar dan jujur, yang semuanya mendorong perilaku yang tidak berbahaya. Seperti telah dijelaskan pada BAB II yang memuat contoh-contoh kebaikan atau itikad baik, seperti tidak menerima keuntungan yang berlebihan, murah hati, dan bersedia mengizinkan pembatalan jual beli jika diminta oleh pelanggan (Nasution, 2019, p. 192).

Menurut temuan wawancara, semua informan penjual menyatakan keengganan untuk memenuhi permintaan pembeli, dan semua informan pembeli mencatat bahwa, meskipun mengalami masalah, *handphone* yang diperoleh tidak dapat dikembalikan. Penjual berpendapat bahwa pembeli sudah memeriksa sendiri secara langsung tentang keadaan tersebut. Meskipun pembeli telah memeriksa, dalam waktu singkat kondisi *handphone* tidak dapat sepenuhnya dipahami, sehingga tidak mungkin untuk memeriksa barang secara menyeluruh untuk mencari kekurangan. Penjual harus mengetahui kekurangan produk karena merekalah yang telah mencobanya, namun seringkali mereka diam. Selain itu, penjual juga mengambil keuntungan dari orang yang membutuhkan uang tunai dengan menempatkan tawaran yang lebih rendah lagi dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan besar di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa gagasan tentang kebajikan belum tercakup dalam praktik jual beli di

media sosial.

2. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli di Media Sosial Facebook

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, terdapat beberapa kerugian jual beli melalui media sosial, antara lain:

- a. Tidak ada yang bisa dimintai pertanggungjawaban atas kerusakan barang
- b. Kualitas produk yang dijual tidak jelas
- c. Ada unsur paksaan saat proses jual beli
- d. Harga tidak transparan terkait dengan keadaan barang
- e. Karena penawaran sering tumpang tindih, penawaran terkadang dapat dibatalkan
- f. Beberapa pengguna akun palsu

Selain kekurangan tersebut, menggunakan media sosial untuk jual beli memiliki beberapa keuntungan, seperti:

- a. Tidak membutuhkan lokasi tertentu, itu mungkin dilakukan di mana saja
- b. Tidak memerlukan pengeluaran tambahan untuk biaya iklan
- c. Bisa mendapatkan harga yang relatif lebih rendah
- d. Bisa menghasilkan keuntungan
- e. Memiliki kemampuan yang lebih cepat untuk berganti *handphone*
- f. Memiliki berbagai pilihan mengingat banyaknya opsi penjual dan pembeli yang beragam

Berikut teknik yang bisa digunakan untuk mengurangi kekurangan yang muncul saat jual beli di media sosial:

- a. Mampu menilai kualitas produk
- b. Ajak seorang teman yang memiliki keterampilan yang diperlukan untuk verifikasi
- c. Selenggarakan pertemuan di lokasi yang bebas dari potensi gangguan

- d. Kenali detail tentang penjual dan pembeli dari akun media sosial yang digunakan karena mereka yang menggunakan akun palsu lebih cenderung melakukan penipuan
- e. Baca postingan dan komentar yang dibuat oleh penjual dan pembeli lain untuk mempelajari lebih lanjut tentang harga *handphone*
- f. Meminta jaminan berupa fotokopi kartu identitas atau dokumen lainnya.
- g. Jangan sendirian ketika melakukan pertemuan



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat penulis ambil berdasarkan hasil penelitian adalah bahwa proses jual beli *handphone second* di media sosial facebook pada grup JUAL BELI HP PURWOKERTO belum sesuai dengan etika bisnis Islam.

Proses atau tata cara jual beli *handphone second* di media sosial facebook selain pada grup JUAL BELI HP PURWOKERTO tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Penjual maupun pembeli sama-sama melakukan transaksi yang diawali dengan mengunggah barang yang di jual di facebook, melakukan negosiasi, melakukan pertemuan untuk pengecekan kondisi barang, kemudian melakukan transaksi. Namun ada sedikit perbedaan pada saat penjual atau pembeli mengunggah sendiri dan ada juga yang mencari unggahan orang lain. Walaupun facebook hanya sebagai media promosi jualan, namun facebook mempunyai peran penting pada awal transaksi jual beli *handpone second* tersebut.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku jual beli tidak menerapkan lima konsep pada etika bisnis Islam yaitu keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan. Maka dari itu masih banyak ketidakjelasan dan ketidakadilan pada praktik jual beli tersebut sehingga proses jual beli *handphone second* di media sosial facebook pada grup JUAL BELI HP PURWOKERTO belum sesuai dengan etika bisnis Islam.

B. Saran

Penulis mengambil dari berbagai sumber untuk

mengembangkan penelitian ini. Oleh karena itu, besar kemungkinan gagasan yang dikemukakan masih memiliki banyak kekurangan atau ketidaksesuaian. Oleh karena itu penulis mengharapkan agar kesalahan yang terjadi dalam penyusunan skripsi ini dapat dikomunikasikan dengan baik di masa yang akan datang sehingga dapat diperbaiki.

Penulis juga berharap agar praktik jual beli *handphone second* di media sosial seperti Facebook dapat diulas lebih detail pada penelitian selanjutnya sehingga tubuh informasi dapat diperluas.

Peneliti menyarankan sejumlah saran kepada pihak-pihak yang terlibat berdasarkan uraian tersebut di atas, antara lain:

- a. Kepada Admin grup JUAL BELI HP PURWOKERTO harus lebih tegas dalam mengatur situasi yang muncul di grup jual beli, dan menindaklanjuti jika terjadi hal yang merugikan anggota grup seperti sebelumnya.
- b. Kepada anggota grup dan pelaku jual beli, harus lebih teliti jika bertransaksi agar terhindar dari hal yang tidak diinginkan, dan bertanggung jawab atas transaksi tersebut.
- c. Kepada peneliti selanjutnya, untuk mempelajari lebih lanjut tentang keseluruhan proses jual beli *handphone second* di media sosial facebook, diperlukan referensi lebih lanjut tentang etika bisnis Islam dalam jual beli, serta studi tambahan tentang bagaimana penerapannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, F. J. (2015). Kelebihan Facebook Sebagai Media Komunikasi Jual Beli Online. *Universitas Yogyakarta*, 23.
- Adi, B. W. (2021). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Handphone New&Second di Sosial Media Facebook*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Aeni, D. N. (2023, April 2023). Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook. (G. I. Valid, Interviewer)
- Al-Faifi, S. S. (2013). *Ringkasan Fikh Sunnah Sayyid Sabiq, terj. Ahmad Tirmidzi, Futuhal Arifin, dan Farhan Kurniawan*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Ari Styaningrum, Y. U. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Andi Offset.
- Arikunto, S. (1995). *Dasar-Dasar Research*. Bandung: Tarsoto.
- Azam, E. (2023, April 22). Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook. (G. I. Valid, Interviewer)
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islam untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta.
- Beekun, R. I. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Broto. (2023, 4 18). Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook. (G. I. Valid, Interviewer)
- Dwifitri, A. (2019). *Jual Beli Handphone Rusak Perspektif Hukum Islam*. Jambi: UINSulthan Thoha Saifuddin.
- Faisal Badroen, a. a. (2006). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Fela, A. (Oktober 2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Prososial Remaja Di Kenagarian Koto Bangun. *Jom FISIP*, 3.
- Finatul. (2023, April 23). Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook. (G. I. Valid, Interviewer)
- Ghazaly, A. R. (2010). *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana.
- Gozali, A. (2019). *Jual Beli Handphone Lewat Media Sosial Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Kota Metro)*. Lampung: IAIN Metro.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup.
- Hasan, A. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hidayat, E. (2005). *Fiqh Jual Beli*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Jamalludin. (2023, April 22). Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook. (G.I. Valid, Interview).

- Katrimaningsih. (2023, April 23). Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook. (G. I. Valid, Interviewer)
- Kowandi, O. (2017). *Cyberpreneur*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Labib, I. (2020). *Jual Beli Handphone Bekas Rekondisi Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Lubis, S. K. (2004). *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mustofa, I. (2014). *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Metro: STAIN JURAI SIWO METRO.
- Nasution, Y. I. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kesejahteraan Pedagang (Studi Kasus Pedagang Pusat Pasar Medan). *At-Tawassuth*, 189.
- Oliver Gassman, K. F. (2016). *Bussines Model Navigator 55 Model Bisnis Unggulan yang akan merubah Bisnis Anda, Terj. Suryo Waskito*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setia, D. (2023, 4 18). Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook. (G. I. Valid, Interviewer)
- Sodik, S. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. Strarten, S. (2016). *Unmarketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suhendi, H. (2010). *Fiqh Muamalah, Cet. ke 5*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suwandi, B. &. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syafi'ie, R. (2001). *Fiqh Muamalah*. bandung: pustaka setia.
- Utama, A. F. (2023, 4 18). Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook. (G. I. Valid, Interviewer)
- Wahyuni, S. A. (2020). *Praktik Jual Beli Handphone Bekas di Media Sosial Facebook Perspektif UU Perlindungan Konsumen dan Fiqh Muamalah*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Yudha, P. (2023, April 23). Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook. (G. I. Valid, Interviewer)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 1.1

Pedoman Wawancara Pembeli *Handphone Second* pada Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO di Media Sosial Facebook

Identitas Informan

Nama :

Jabatan:

Waktu :

1. Darimana saudara mengetahui jual beli *handphone* di facebook?
2. Apakah sebelumnya saudara pernah melakukan jual beli *handphone*?
3. Mengapa saudara melakukan jual beli *handphone* di facebook?
4. Bagaimana cara membeli *handphone* di facebook tersebut?
5. Menurut saudara, adakah rukun dan syarat jual beli yang belum terpenuhi dalam transaksi di facebook?
6. Apakah penjual menerangkan kondisi *handphone* secara detail?
7. Apakah *handphone* yang saudara beli sesuai dengan kondisi yang sebenarnya?
8. Apakah *handphone* yang sudah saudara beli dapat dikembalikan apabila ada kendala?
9. Apakah menurut saudara harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan harga pasar? Bagaimana negosiasi harganya?
10. Dalam jual beli di facebook adakah tindakan pembeli lain yang menawar lebih tinggi dari tawaran saudara?
11. Dalam jual beli adakah tindakan pemaksaan yang dilakukan penjual dengan alasan tertentu?
12. Siapa pihak yang dapat dimintai pertanggung jawaban jika terjadi perselisihan diantara penjual dan pembeli?

Lampiran 1.2

Pedoman Wawancara Penjual *Handphone Second* pada Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO di Media Sosial Facebook

Identitas Informan

Nama :

Jabatan:

Waktu :

1. Darimana saudara mengetahui jual beli *handphone* di facebook?
2. Apakah sebelumnya saudara pernah melakukan jual beli *handphone*?
3. Mengapa saudara melakukan jual beli *handphone* di facebook?
4. Bagaimana cara membeli *handphone* di facebook tersebut?
5. Apakah syarat dan rukun jual beli sudah terpenuhi dalam transaksinya?
6. Bagaimana saudara menentukan harga jual, apakah sesuai kondisi atau harga pasaran? Bagaimana proses negosiasinya?
7. Apakah anda memanfaatkan ketidaktahuan pembeli terhadap harga pasar untuk mengambil banyak keuntungan?
8. Adakah detail kondisi barang yang tidak saudara terangkan saat melakukan penjualan?
9. Apakah semua *handphone* yang saudara jual kondisinya layak?
10. Apakah saudara menerima kembali barang yang saudara jual?
11. Apakah saudara memaksa pembeli dengan alasan tertentu?
12. Siapa pihak yang dapat dimintai pertanggung jawaban jika terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli?

Lampiran 1.3

Transkrip Hasil Wawancara Pembeli *Handphone Second* pada Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO di Media Sosial Facebook

Keterangan P : Peneliti

I : Informan

Identitas Informan 1

Nama : DS

Posisi : Pembeli

Waktu : 11 April 2023

- P : “Darimana saudara mengetahui jual beli *handphone* di facebook?”
- I : “Saya tahu dari teman yang pernah membeli HP di facebook”
- P : “Apakah sebelumnya saudara pernah melakukan jual beli *handphone*?”
- I : “Iya pernah, tapi di konter mas”
- P : “Mengapa saudara melakukan jual beli *handphone* di facebook?”
- I : “Karena pas saya lihat ternyata di facebook harganya lebih murah mas”
- P : “Bagaimana cara membeli *handphone* di facebook tersebut?”
- I : “Pertama saya posting di facebook lagi nyari HP, terus pada komentar jual HP gitu, terus kalau sudah deal saya minta COD an sekalian cek barang”
- P : “Menurut saudara, adakah rukun dan syarat jual beli yang belum terpenuhi dalam transaksi di facebook?”
- I : “Wah saya belum tau itu, kayaknya sih tidak ada ya”
- P : “Apakah penjual menerangkan kondisi *handphone* secara detail?”
- I : “Sebetulnya penjual menerangkan kondisi barang waktu di komentar facebook, tapi tidak lengkap hanya secara umum saja.”
- P : “Apakah *handphone* yang saudara beli sesuai dengan kondisi yang sebenarnya?”
- I : “Tidak mas, pas dibawa pulang ternyata baterai boros padahal kata penjualnya tidak ada kendala.”

- P : “Apakah *handphone* yang sudah saudara beli dapat dikembalikan apabila ada kendala?”
- I : “Tidak bisa mas, akun nya tidak bisa dihubungi. Sepertinya akun palsu itu jadi langsung hilang”
- P : “Apakah menurut saudara harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan harga pasar? Bagaimana negosiasi harganya?”
- I : “Sebenarnya sesuai mas dengan harga pasar, bahkan lebih murah. Tapi ya itu kondisinya ternyata ngga sesuai dengan yang dijelaskan di komentar dan ngga bisa dikembalikan. Harga bisa nego juga”
- P : “Dalam jual beli di facebook adakah tindakan pembeli lain yang menawar lebih tinggi dari tawaran saudara?”
- I : “Ada mas, namanya di facebook ya pengguna banyak yang lagi nyari HP juga.”
- P : “Dalam jual beli adakah tindakan pemaksaan yang dilakukan penjual dengan alasan tertentu?”
- I : “Saya pernah dipaksa mas, alasannya penjual sudah menempuh perjalanan jauh buat COD nya.”
- P : “Siapa pihak yang dapat dimintai pertanggung jawaban jika terjadi perselisihan diantara penjual dan pembeli?”
- I : “Tidak ada mas, ya kembali ke pinter nya kita aja buat nyari HP nya”

Identitas Informan 2

Nama : BR

Posisi : Pembeli

Waktu : 11 April 2023

- P : “Darimana saudara mengetahui jual beli *handphone* di facebook?”
- I : “Saya tahu dari ajakan teman yang pernah membeli HP di facebook”
- P : “Apakah sebelumnya saudara pernah melakukan jual beli *handphone*?”
- I : “Iya pernah, tapi di konter mas”
- P : “Mengapa saudara melakukan jual beli *handphone* di facebook?”
- I : “Karena saya pengen tukar tambah dengan HP saya yang lama, kan di facebook banyak yang menerima tukar tambah mas”

- P : “Bagaimana cara membeli *handphone* di facebook tersebut?”
- I : “Pertama saya mencari postingan penjual, kadang saya posting sendiri juga lagi cari HP gitu, biasanya diskusi di komentar kalau ngga di inbox, terus kalau sudah deal saya minta COD an sekalian cek barang”
- P : “Menurut saudara, adakah rukun dan syarat jual beli yang belum terpenuhi dalam transaksi di facebook?”
- I : “Sepertinya tidak ada ya”
- P : “Apakah penjual menerangkan kondisi *handphone* secara detail?”
- I : “Tidak, penjual hanya menerangkan singkat saja, selebihnya kita yang cek sendiri.”
- P : “Apakah *handphone* yang saudara beli sesuai dengan kondisi yang sebenarnya?”
- I : “Tidak mas, karena HP *second* biasanya beberapa hari pemakaian baru terlihat kekurangannya.”
- P : “Apakah *handphone* yang sudah saudara beli dapat dikembalikan apabila ada kendala?”
- I : “Tidak bisa mas, akunya tidak bisa dihubungi dan bahkan saya di blokir”
- P : “Apakah menurut saudara harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan harga pasar? Bagaimana negosiasi harganya?”
- I : “Sebenarnya sesuai mas dengan harga pasar, bahkan lebih murah. Tapi ya itu kondisinya ternyata ngga sesuai dengan yang dijelaskan di komentar dan ngga bisa dikembalikan. Harga bisa nego juga”
- P : “Dalam jual beli di facebook adakah tindakan pembeli lain yang menawar lebih tinggi dari tawaran saudara?”
- I : “Ada mas, namanya di facebook ya pengguna banyak yang lagi nyari HP juga.”
- P : “Dalam jual beli adakah tindakan pemaksaan yang dilakukan penjual dengan alasan tertentu?”
- I : “Kalau saya tidak pernah mas.”
- P : “Siapa pihak yang dapat dimintai pertanggung jawaban jika terjadi perselisihan diantara penjual dan pembeli?”
- I : “Tidak ada mas. Kembali ke masing-masing penjual dan pembeli saja”

Identitas Informan 3

Nama : AF

Posisi : Pembeli

Waktu : 11 April 2023

P : “Darimana saudara mengetahui jual beli *handphone* di facebook?”

I : “Awalnya saya tahu dari teman mas”

P : “Apakah sebelumnya saudara pernah melakukan jual beli *handphone*?”

I : “Sebelumnya belum pernah”

P : “Mengapa saudara melakukan jual beli *handphone* di facebook?”

I : “Karena saya cepet bosan orangnya mas, jadi sering ganti HP. Kalau dapat harga murah, kadang saya bisa jual lagi malah dapat untung”

P : “Bagaimana cara membeli *handphone* di facebook tersebut?”

I : “Ada dua cara mas, pertama saya mencari postingan penjual, kedua saya posting sendiri sedang cari HP. Terus nanti kalau sudah ada yang cocok coba untuk COD dan cek barang, dan kalau bisa di nego lagi harganya pas COD itu. Kalau sudah setuju tinggal transaksi.”

P : “Menurut saudara, adakah rukun dan syarat jual beli yang belum terpenuhi dalam transaksi di facebook?”

I : “Sepertinya ada ya, soalnya saya pernah membeli HP katanya kelas 2 SMP, kan belum baligh ya”

P : “Apakah penjual menerangkan kondisi *handphone* secara detail?”

I : “Tidak, penjual hanya menerangkan singkat saja, selebihnya kita yang cek sendiri. Penjual juga tidak menyebutkan kekurangannya, kadang kalau kita yang menemukan kekurangannya penjual baru mengakui bahkan kadang juga bilang tidak tahu.”

P : “Apakah *handphone* yang saudara beli sesuai dengan kondisi yang sebenarnya?”

I : “Tidak mas, karena ada beberapa kekurangan yang sulit terdeteksi misalnya HP itu sudah pernah di servis atau belum.”

P : “Apakah *handphone* yang sudah saudara beli dapat dikembalikan apabila ada kendala?”

I : “Tidak bisa mas, pas saya chat lagi ternyata akunnya palsu”

P : “Apakah menurut saudara harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan harga pasar? Bagaimana negosiasi harganya?”

I : “Harga nya bervariasi mas. Ada yang lebih murah, tapi ada juga yang harga *second* nya tidak jauh beda dengan yang baru, dan bahkan kadang yang *second* malah lebih mahal dari yang baru. Pintar-pintarnya kita saja waktu negosiasi nya”

P : “Dalam jual beli di facebook adakah tindakan pembeli lain yang menawar lebih tinggi dari tawaran saudara?”

I : “Ada mas, saya juga kesal kalau sudah deal tapi dibatalkan sama penjual karena ada yang menawar dengan harga yang lebih tinggi”

P : “Dalam jual beli adakah tindakan pemaksaan yang dilakukan penjual dengan alasan tertentu?”

I : “Saya pernah mas 2 kali malah. Yang pertama dulu alasannya karena penjual sudah menempuh jarak yang jauh buat nganter HP nya, yang kedua bahkan saya pernah dipukul dipelipis karena saya membatalkan transaksi waktu COD padahal memang karena kondisi HP nya tidak sesuai dengan keterangan penjual di postingan facebook”

P : “Siapa pihak yang dapat dimintai pertanggung jawaban jika terjadi perselisihan diantara penjual dan pembeli?”

I : “Tidak ada yang bisa dimintai pertanggung jawaban”

Identitas Informan 4

Nama : FN

Posisi : Pembeli

Waktu : 11 April 2023

P : “Darimana saudara mengetahui jual beli *handphone* di facebook?”

I : “Awalnya saya disarankan teman mas”

P : “Apakah sebelumnya saudara pernah melakukan jual beli *handphone*?”

I : “Sebelumnya sudah 3 kali membeli HP di konter, yang 2 kali membelikan HP untuk saudara”

P : “Mengapa saudara melakukan jual beli *handphone* di facebook?”

I : “Soalnya lebih murah daripada yang dijual di konter mas”

P : “Bagaimana cara membeli *handphone* di facebook tersebut?”

- I : “Biasanya saya posting di grup, kadang juga lihat-lihat postingan penjual. Kalau ada yang cocok saya komentar atau inbox langsung buat tanya-tanya. Terus saya minta nomor wa nya buat negosiasi lebih lanjut. Kalau sudah deal terus tinggal COD”
- P : “Menurut saudara, adakah rukun dan syarat jual beli yang belum terpenuhi dalam transaksi di facebook?”
- I : “Kalau saya tidak masalah ya mengenai itu, yang penting penjual pada jujur aja mengenai kondisi barang. Soalnya kadang kondisi barang tidak sesuai dengan apa yang dijelaskan penjual sebelumnya. Saya juga kalau mau ganti HP, punya saya pasti tak jelasin detail kalau mau dijual”
- P : “Apakah penjual menerangkan kondisi *handphone* secara detail?”
- I : “Tidak mas”
- P : “Apakah *handphone* yang saudara beli sesuai dengan kondisi yang sebenarnya?”
- I : “Tidak mas, biasanya baterai itu terdeteksi boros kalau sudah pemakaian sehari.”
- P : “Apakah *handphone* yang sudah saudara beli dapat dikembalikan apabila ada kendala?”
- I : “Beberapa kali masih bisa dikembalikan ke penjual, tapi seringnya ya tidak bisa.”
- P : “Apakah menurut saudara harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan harga pasar? Bagaimana negosiasi harganya?”
- I : “Menurut saya harganya wajar mas, bahkan bisa dapat harga murah kalau yang jual lagi butuh uang. Yang penting kita bise nego aja”
- P : “Dalam jual beli di facebook adakah tindakan pembeli lain yang menawar lebih tinggi dari tawaran saudara?”
- I : “Ada mas, biasanya yang diambil ya penawaran paling tinggi”
- P : “Dalam jual beli adakah tindakan pemaksaan yang dilakukan penjual dengan alasan tertentu?”
- I : “Pernah mas dulu, karena saya kan minta diantarkan ke rumah HP nya, nah pas sampai rumah kondisinya tidak sesuai dengan yang dijelaskan sebelumnya akhirnya saya batalkan transaksinya. Tapi penjual memaksa terus karena sudah jauh-jauh perjalanannya, dan akhirnya saya ganti uang bensin saja.”
- P : “Siapa pihak yang dapat dimintai pertanggung jawaban jika terjadi perselisihan diantara penjual dan pembeli?”

I : “Tidak ada mas”

Identitas Informan 5

Nama : DN

Posisi : Pembeli

Waktu : 11 April 2023

P : “Darimana saudara mengetahui jual beli *handphone* di facebook?”

I : “Saya tahu dari teman mas”

P : “Apakah sebelumnya saudara pernah melakukan jual beli *handphone*?”

I : “Pernah di konter HP”

P : “Mengapa saudara melakukan jual beli *handphone* di facebook?”

I : “Murah dan lebih banyak pilihan, kita juga bisa bertemu langsung ketika minta COD”

P : “Bagaimana cara membeli *handphone* di facebook tersebut?”

I : “Pertama saya cari postingan HP di facebook mana yang sesuai dengan selera dan uang saya. Terus saya coba komentar untuk nego harga, kalau deal biasanya saya minta COD. Terus kalau sudah di cek baru saya bayar.”

P : “Menurut saudara, adakah rukun dan syarat jual beli yang belum terpenuhi dalam transaksi di facebook?”

I : “Mungkin tidak ada ya mas”

P : “Apakah penjual menerangkan kondisi *handphone* secara detail?”

I : “Tidak mas, kadang juga penjual menghilangkan informasi tertentu”

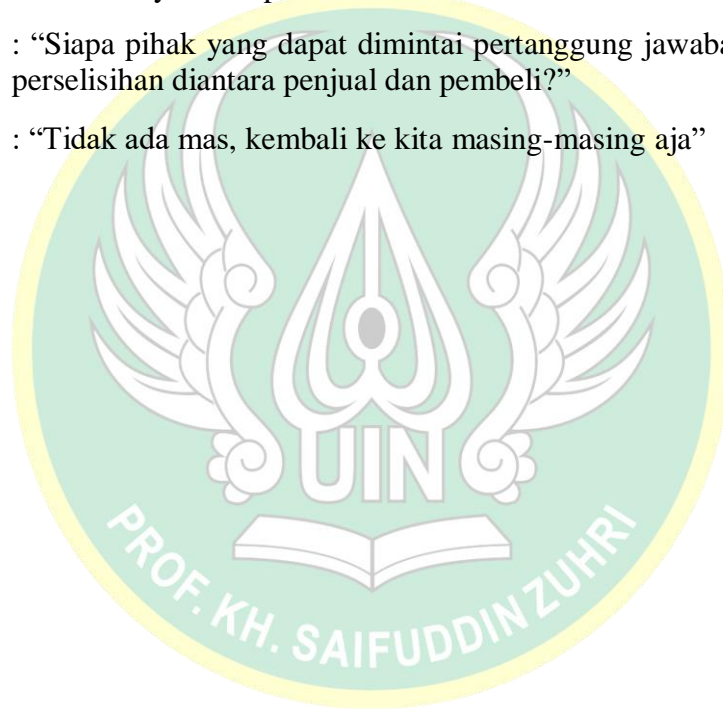
P : “Apakah *handphone* yang saudara beli sesuai dengan kondisi yang sebenarnya?”

I : “Tidak mas, kalau ada masalah penjual bilanganya itu bukan masalah dan tidak ngaruh ke performa, tapi tetap saja kan ada masalah di HP nya.”

P : “Apakah *handphone* yang sudah saudara beli dapat dikembalikan apabila ada kendala?”

I : “Kalau sudah transaksi akun penjual langsung tidak bisa dihubungi lagi, ya jadi ngga bisa dikembalikan.”

- P : “Apakah menurut saudara harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan harga pasar? Bagaimana negosiasi harganya?”
- I : “Lebih murah dari konter mas. Soalnya biasanya saya nego di komentar, tapi pas COD saya coba nego lagi biar lebih murah”
- P : “Dalam jual beli di facebook adakah tindakan pembeli lain yang menawar lebih tinggi dari tawaran saudara?”
- I : “Menurut saya itu kaya lelang apa ya mas, jadi siapapun boleh menawar harga lebih tinggi gitu”
- P : “Dalam jual beli adakah tindakan pemaksaan yang dilakukan penjual dengan alasan tertentu?”
- I : “Kalau saya tidak pernah mas.”
- P : “Siapa pihak yang dapat dimintai pertanggung jawaban jika terjadi perselisihan diantara penjual dan pembeli?”
- I : “Tidak ada mas, kembali ke kita masing-masing aja”



Lampiran 1.3

Transkrip Hasil Wawancara Penjual *Handphone Second* pada Grup JUAL BELI HP PURWOKERTO di Media Sosial Facebook

Keterangan P : Peneliti

I : Informan

Identitas Informan 1

Nama : KT

Posisi : Pembeli

Waktu : 15 April 2023

P : “Darimana saudara mengetahui jual beli *handphone* di facebook?”

I : “Saya mengetahui dari teman saya.”

P : “Apakah sebelumnya saudara pernah melakukan jual beli *handphone*?”

I : “Belum pernah sebelumnya “

P : “Mengapa saudara melakukan jual beli *handphone* di facebook?”

I : “Karena saya membutuhkan uang tambahan untuk kebutuhan sehari-hari”

P : “Bagaimana cara membeli *handphone* di facebook tersebut?”

I : “Saya membeli produk yang sedang dipasarkan di sosial media”

P : Apakah syarat dan rukun jual beli sudah terpenuhi dalam transaksinya?”

I : “Wah, tidak tau kalau itu ya kayaknya sudah”

P : “Bagaimana saudara menentukan harga jual, apakah sesuai kondisi atau harga pasaran? Bagaimana proses negosiasinya?”

I : “Saya memberikan harga tersebut tanpa proses tawar menawar dan tidak sesuai dengan kondisi hp yang saya jual”

P : “Apakah anda memanfaatkan ketidaktahuan pembeli terhadap harga pasar untuk mengambil banyak keuntungan?”

I : “Iya saya mengambil keuntungan dari ketidaktahuan pembeli”
P : “Adakah detail kondisi barang yang tidak saudara terangkan saat melakukan penjualan?”
I : “Saya tidak menjelaskan detail kekurangan Hpnya, saya menyerahkan kepada pembeli agar mengeceknya sendiri”
P : “Apakah semua *handphone* yang saudara jual kondisinya layak?”
I : “Tidak, saya juga menjual produk yang tidak layak karena untungnya lebih banyak”
P: ”Apakah saudara menerima kembali barang yang saudara jual?”
I : “Tidak, saya tidak menerima pengembalian barang”
P : “Apakah saudara memaksa pembeli dengan alasan tertentu?”
I : “Tidak, saya tidak pernah memaksa untuk membeli dagangan saya”
P : “Siapa pihak yang dapat dimintai pertanggung jawaban jika terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli?”
I : “Tidak ada, itu pintar-pinternya si pembeli buat milih HP”

Identitas Informan 2

Nama : PY

Posisi : Pembeli

Waktu : 15 April 2023

P : “Darimana saudara mengetahui jual beli *handphone* di facebook?”
I : “Saya tau tentang jual beli *handphone* di Facebook karena kakak saya memiliki konter hp yang lengkap”
P : “Apakah sebelumnya saudara pernah melakukan jual beli *handphone*?”
I : “Pernah”
P : “Mengapa saudara melakukan jual beli *handphone* di facebook?”
I : “Karena saya ingin berganti Hp”
P : “Bagaimana cara membeli *handphone* di facebook tersebut?”

- I : “Saya membeli melalui grup dan saya juga membeli dari pengecer di sosial media lainnya”
- P : “Apakah syarat dan rukun jual beli sudah terpenuhi dalam transaksinya?”
- I : “Sepertinya sudah”
- P : “Bagaimana saudara menentukan harga jual, apakah sesuai kondisi atau harga pasaran? Bagaimana proses negosiasinya?”
- I : “Saya menentukan harga sesuai dengan kondisi barang”
- P : “Apakah anda memanfaatkan ketidaktahuan pembeli terhadap harga pasar untuk mengambil banyak keuntungan?”
- I : “Saya tidak pernah memanfaatkan ketidaktahuan pembeli, karena saya melakukannya sebagai hobi”
- P : “Adakah detail kondisi barang yang tidak saudara terangkan saat melakukan penjualan?”
- I : “Saya langsung meminta pembeli untuk mengecek sendiri hp yang akan dibeli dan menjelaskan beberapa kekurangannya”
- P : “Apakah semua *handphone* yang saudara jual kondisinya layak?”
- I : “Layak semua”
- P: “Apakah saudara menerima kembali barang yang saudara jual?”
- I : “Saya tidak menerima pengembalian barang”
- P : Apakah saudara memaksa pembeli dengan alasan tertentu?”
- I : “Saya tidak pernah memaksa pembeli”
- P : “Siapa pihak yang dapat dimintai pertanggung jawaban jika terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli?”
- I : “Tidak ada, itu pinter-pinternya mereka dalam membeli HP”

Identitas Informan 3

Nama : DY

Posisi : Pembeli

Waktu : 15 April 2023

P : “Darimana saudara mengetahui jual beli *handphone* di facebook?”

I : “Dari kakak laki-laki saya”

P : “Apakah sebelumnya saudara pernah melakukan jual beli *handphone*?”

I : “Belum pernah”

P : “Mengapa saudara melakukan jual beli *handphone* di facebook?”

I : “Untuk menghasilkan keuntungan”

P : “Bagaimana cara membeli *handphone* di facebook tersebut?”

I : “Saya mempublikasikan dan mencari postingan pembeli, dan merespon pembeli untuk negoisasi harga”

P : “Apakah syarat dan rukun jual beli sudah terpenuhi dalam transaksinya?”

I : “Belum tau kalau itu”

P : “Bagaimana saudara menentukan harga jual, apakah sesuai kondisi atau harga pasaran? Bagaimana proses negosiasinya?”

I : “Saya menjual dengan harga pasar dan tidak melihat kondisi hp tersebut”

P : “Apakah anda memanfaatkan ketidaktahuan pembeli terhadap harga pasar untuk mengambil banyak keuntungan?”

I : “Iya, tentu”

P : “Adakah detail kondisi barang yang tidak saudara terangkan saat melakukan penjualan?”

I : “Iya, saya hanya menerangkan secara umum”

P : “Apakah semua *handphone* yang saudara jual kondisinya layak?”

I : “Tidak semua barang yang saya jual layak”

P: “Apakah saudara menerima kembali barang yang saudara jual?”

I : “Saya tidak menerima pengembalian barang”

P : “Apakah saudara memaksa pembeli dengan alasan tertentu?”

- I : “Saya tidak pernah memaksa untuk membeli”
- P : “Siapa pihak yang dapat dimintai pertanggung jawaban jika terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli?”
- I : “Tidak ada, pinter-pinter dari si pembeli”

Identitas Informan 4

Nama : EA

Posisi : Pembeli

Waktu : 15 April 2023

- P : “Darimana saudara mengetahui jual beli *handphone* di facebook?”
- I : “Saya mengetahui secara tidak sengaja”
- P : “Apakah sebelumnya saudara pernah melakukan jual beli *handphone*?”
- I : “Belum pernah”
- P : “Mengapa saudara melakukan jual beli *handphone* di facebook?”
- I : “Untuk mendapatkan keuntungan dengan menjual dengan harga yang lebih tinggi dari pembelian”
- P : “Bagaimana cara membeli *handphone* di facebook tersebut?”
- I : “Saya membeli hp di Facebook kemudian menjualnya kembali”
- P : “Apakah syarat dan rukun jual beli sudah terpenuhi dalam transaksinya?”
- I : “Belum tau kalo itu”
- P : “Bagaimana saudara menentukan harga jual, apakah sesuai kondisi atau harga pasaran? Bagaimana proses negosiasinya?”
- I : “Saya menjualnya dengan harga pasar yang masih wajar”
- P : “Apakah anda memanfaatkan ketidaktahuan pembeli terhadap harga pasar untuk mengambil banyak keuntungan?”
- I : “Iya, saya mengambil keuntungan dari ketidaktahuan pembeli”
- P : “Adakah detail kondisi barang yang tidak saudara terangkan saat

melakukan penjualan?”

I : “Tidak, jika mereka bertanya saya akan menjelaskan”

P : “Apakah semua *handphone* yang saudara jual kondisinya layak?”

I : “Iya, betul”

P : “Apakah saudara menerima kembali barang yang saudara jual?”

I : “Saya menerima pengembalian barang dengan memperhatikan beberapa hal”

P: ‘Apakah saudara memaksa pembeli dengan alasan tertentu?’

I : “Saya tidak pernah memaksa pembeli”

P : “Siapa pihak yang dapat dimintai pertanggung jawaban jika terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli?”

I : “Tidak ada”

Identitas Informan 5

Nama : JM

Posisi : Pembeli

Waktu : 15 April 2023

P :”Darimana saudara mengetahui jual beli *handphone* di facebook?”

I : “Saya tau dari TV”

P : “Apakah sebelumnya saudara pernah melakukan jual beli *handphone*?”

I : “Sudah pernah”

P : “Mengapa saudara melakukan jual beli *handphone* di facebook?”

I : “Untuk mendapatkan barang yang lebih bagus”

P : “Bagaimana cara membeli *handphone* di facebook tersebut?”

I : “Saya membeli barang yang dijual kemudian saya tawarkan kepada pelanggan”

P : “Apakah syarat dan rukun jual beli sudah terpenuhi dalam transaksinya?”

- I : “Saya sudah menerapkannya”
- P : “Bagaimana saudara menentukan harga jual, apakah sesuai kondisi atau harga pasaran? Bagaimana proses negosiasinya?”
- I : “Saya menentukan sesuai dengan harga pasar dan kondisi”
- P : “Apakah anda memanfaatkan ketidaktahuan pembeli terhadap harga pasar untuk mengambil banyak keuntungan?”
- I : “Tidak, karena saya selalu menjual HP dengan kondisi baik”
- P : “Adakah detail kondisi barang yang tidak saudara terangkan saat melakukan penjualan?”
- I : “Iya”
- P : “Apakah semua *handphone* yang saudara jual kondisinya layak?”
- I : “Hp yang saya jual semua layak”
- P : “Apakah saudara menerima kembali barang yang saudara jual?”
- I : “Saya tidak menerima pengembalian barang, kecuali jika ada kerusakan yang sudah jelas ada”
- P : “Apakah saudara memaksa pembeli dengan alasan tertentu?”
- I : “Saya tidak pernah memaksa pembeli”
- P : “Siapa pihak yang dapat dimintai pertanggung jawaban jika terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli?”
- I : “Tidak ada, kembali ke masing-masing saja mas”

Lampiran 2.1 : Dokumentasi Laporan Pengguna Grup

**Kie lurr atiati karo wong kie Unlock imei wis done
Kaburrr, wa ku diblok kabehh**

The image displays two screenshots. The top screenshot shows a Facebook profile for 'Dedii' with a post titled 'Kie lurr atiati karo wong kie Unlock imei wis done Kaburrr, wa ku diblok kabehh'. The post includes a WhatsApp chat conversation where a customer asks for help with an iPhone 4s. The chat messages are: 'aman ora costumer e', 'hp tak cekel aku sale ,kabur tak dol', 'haha siap siap', 'sore jadi?', 'insyaallah', 'kbri ya', and 'done cek'. The post has 10 likes and 41 comments. The bottom screenshot shows a Facebook post from 'Dion Wisnu Yosi' titled 'Iklan Ajibarang Online'. The post text reads: 'Due hpe redmi 4a dices murub tekan logo mi terus mati mbok payu 150 nego'. It has 7 likes, 10 comments, and 3 shares. A comment from 'Nanang Priyadi' is visible with the text 'RP 1.234 - BANYUMAS' and a 'Kirim pesan' button.

JUAL BELI HP PURWOKERTO Agus Ultramen · 1h · 📍

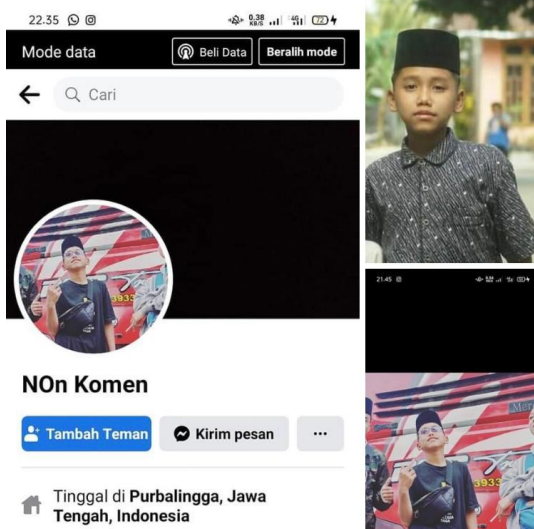
arep curhat lur , niate arep tuku hp gawe ngode eh malah ketipu hp pas dicek normal tekan omah bola bali mati urip pas datane urip, barang ora sepiro tapi luru duit lagi susah malah ana bae sing nipu, akun wis di blokir kabeh ...



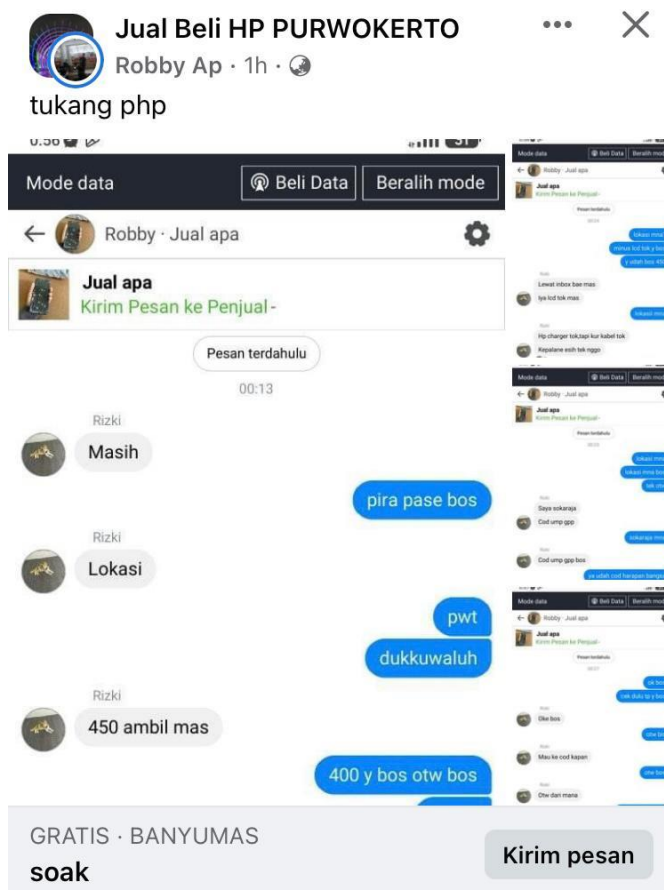
41 67 komentar

Suka Komentar Kirim

ana zg knl pa ngrti umahe bocah kiiye ra....tulang omngna nk dol2an zg bnr zg jujjur....aku modal percaya tkune ya. kro duit... .hp minus oomonge. esh ori Segelan.....



mbok ana sing paham kie wong bos.. dodol hp ngmong minus lecet pemakaian tok jebule minuse akeh bgt.. dtunggu kit wingi lgka itikad baike malah nomere diblokir..



Kunang Kunang · 2 hari · 🌐

Ati ati lurr Maring wong kue ak tes de tipu ak tku hp
maring wong kue duite njlk de tf giliran ws de tf
nomorku di blokir kabeh ..ngmng hpne ws de
anter kro gojeg tpi nomorku di blokir ..
Kie nomor penipune085788218406
Mbok menawa bisa mbantu aku lacak wonge
insyaallah Tek imbal lurr 🙏🙏



RP 1.234 · BANYUMAS

JUAL BELI HP PURWOKERTO

Bang Nandaa · 1h · 📷


Ngapurane tak post,,Aja gelem cod Kro wongkiye nk adol barang minus ngomong nominus,,tt malah keapusan hp A10+ 600 mbok ana sing paham umaeh

Kirim pesan

19:42 ...34,2KB/d

Mode data Beli Data Beralih mode

Eko Yanto



Eko Yanto
Aktif 10 menit yang lalu

Tambah Teman

Kirim pesan


GRATIS · PURBALINGGA

Ngapurane go sedulur Kabeh mbok dadi korban

Kirim pesan

👍🙄 102 202 komentar

Suka Komentar Kirim





JUAL BELI HP PURWOKERTO

Rendy Doel · 18 jam · 📍

Kronologi : penipu minta rekening ke penjual hp, terus buat foto struk palsu di foto, terus bilange udah transfer, dan si penipu bilang transfernya lebih 150 rb suruh di kirim dulu lewat pulsa. Tapi saya cek atm belum masuk, kemudian di maksa2 dan saya kirim bukti histori uang masuk di ATM, dia langsung blok nomer saya. Hati2 yang jual beli hp nggih. Itu nomer penipunya, di Get contact ada 70 nama yang di tutupi atau ga keliatan, saya wanti2 buat semuanya HATI HATI jangan grasa grusu nggih, yang jual hp. Soale ini orang nargetin yang jualan hp, transfer duluan sebelum cek hp, saya kira orang deket karena orange langsung percaya, ternyata penipuan. SEKIAN. Nomor penipu 0895 3606 06265

The image shows a WhatsApp interface. On the left is the profile page for a contact named 'Penipu Hp' with the phone number +62 895-3606-06265. Below the profile are notification settings: 'Bisikan notifikasi' (off), 'Notifikasi kustom' (off), and 'Tampilkan media' (on). At the bottom left, it says 'GRATIS Pemberitahuan (Hati Hati)'. On the right is a chat history with the same contact. The chat shows several messages, including 'Pesan ini telah dihapus', 'Panggilan suara tak terjawab pukul 11:16', and 'Uang belum masuk'. A large yellow and green circular graphic is overlaid on the right side of the chat.

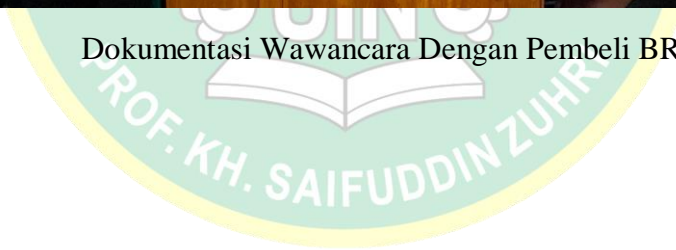
Lampiran 2.2 : Dokumentasi Wawancara



Dokumentasi Wawancara Dengan Pembeli DS

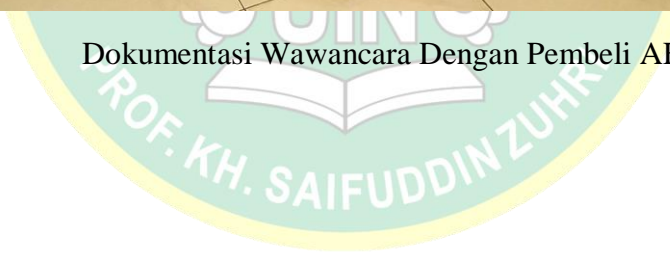


Dokumentasi Wawancara Dengan Pembeli BR



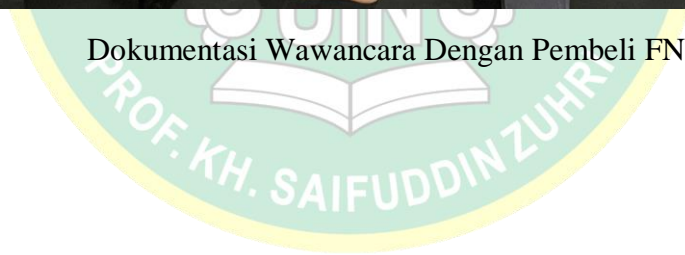


Dokumentasi Wawancara Dengan Pembeli AF



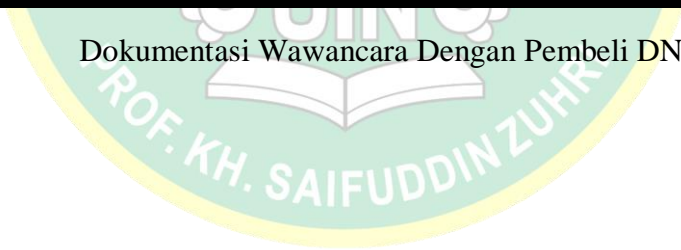


Dokumentasi Wawancara Dengan Pembeli FN



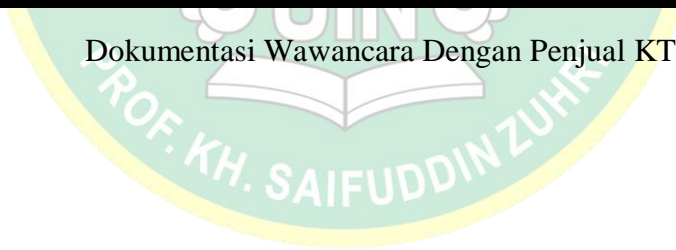


Dokumentasi Wawancara Dengan Pembeli DN



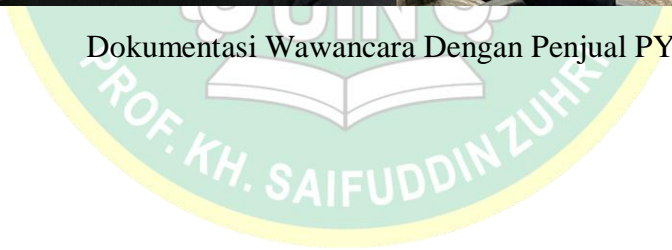


Dokumentasi Wawancara Dengan Penjual KT



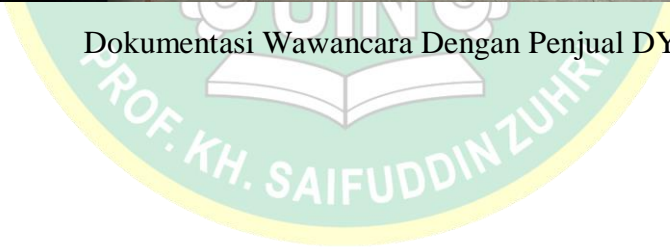


Dokumentasi Wawancara Dengan Penjual PY



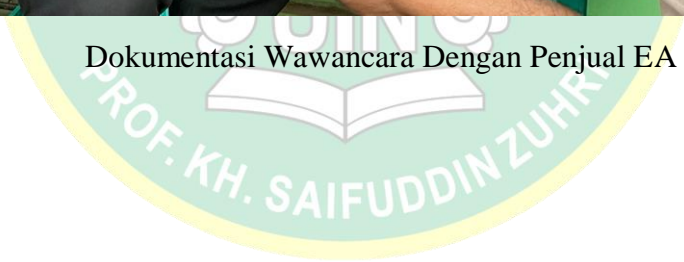


Dokumentasi Wawancara Dengan Penjual DY



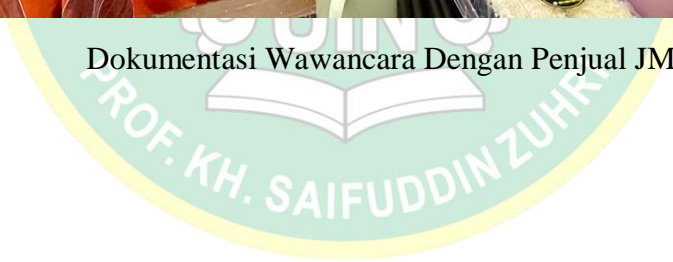


Dokumentasi Wawancara Dengan Penjual EA





Dokumentasi Wawancara Dengan Penjual JM



Lampiran 3 : Surat-menyurat

Lampiran 3.1

Surat Keterangan Berhak Mengajukan Judul



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 2305/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/7/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP : 19851112 200912 2 007
Jabatan : Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Gigih Ivan Maulana Valid
NIM : 1917201297
Semester/ SKS : VI/ 116 SKS
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut sudah berhak mengajukan judul proposal skripsi. Sebagai Bukti berikut ini disertakan transkrip nilai sementara.

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mengajukan judul proposal skripsi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 7 Juli 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 3.2

Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor :/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/10/2022 Purwokerto, 10 Oktober 2022
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:
Yth. Ayu Kholifah, M.H.
Dosen Tetap FEBI UIN SAIZU
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tanggal 27 September 2022 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 10 Oktober 2022 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Gigih Ivan Maulana Valid
NIM : 1917201297
Semester : 7
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Purwokerto)

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.


Wassalamu'alikum Wr. Wb.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 3.3

Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635824, Fax: 0281-636553; Website: febl.uinsaizu.ac.id


SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri No. 3405/Un.19/FEBI.J.E.S/PP.009/10/2022 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Gigih Ivan Maulana Valid
NIM : 1917201297
Judul Skripsi : Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Purwokerto)

Saya menyatakan bersedia / ~~tidak bersedia~~ *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 10 Oktober 2022


Ayu Kholifah, S.HI., M.H.
NIP. 19911224 202012 2 014

*Catatan: *Coret yang tidak perlu*

Lampiran 3.4

Surat Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

Nomor: 3589/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/10/2021

Purwokerto, 20 Oktober 2022

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak/ Ibu Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Bapak/Ibu tandatangani atas nama:

Nama : Gigih Ivan Maulana Valid
NIM : 1917201297
Semester : VII
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Purwokerto)

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kejasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 20 Oktober 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 3.5

Surat Rekomendasi Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

REKOMENDASI SEMINAR PROPOSAL

Dengan ini kami Dosen Pembimbing Skripsi Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Gigih Ivan Maulana Valid
NIM : 1917201297
Semester : XIII
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2022/2023
Judul Proposal Skripsi : Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook

Menerangkan bahwa proposal skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diseminarkan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar seminar proposal skripsi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007


Dibuat di Purwokerto
Tanggal 10 Februari 2023
Dosen Pembimbing



Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.

Lampiran 3.6

Surat Keterangan Mengikuti Seminar Proposal

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53125
Telp: 0281-835624, Fax: 0281-836553, Website: febi.uinsoz.ac.id

SURAT KETERANGAN MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa:

Nama : Geyn Wan Maulana Valda
NIM : 1912201297
Semester : 8
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah mengikuti seminar proposal pada:

NO	HARI/TANGGAL	PRESENTER	TANDA TANGAN PRESENTER	
1	06/02/2023	Esti Afasi	1 <u>[Signature]</u>	
2	18/02/2023	Uud Nur Anisah		2 <u>[Signature]</u>
3	2/03/2023	Wahida Khusnul K.	3 <u>[Signature]</u>	
4	2/05/2023	Febri Nur Hayati		4 <u>[Signature]</u>
5	2/03/2023	Movita Arsiana S	5 <u>[Signature]</u>	

Pernah menjadi pembahas mahasiswa atas nama:

Nama/NIM : Uud Nur Anisah / 191220152
Judul Proposal : Analisis Strategi Pemukiman Uraut
Meningkatkan Perekonomian Peternak Ayam Broler
Materi yang dibahas/
pertanyaan : Apa indikator yang mengukur peningkatan
perekonomian pada penelitian anda ?

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar seminar proposal skripsi.

Purwokerto, 2 Maret 2023
Koord. Prodi Ekonomi Syariah


Drs. Lael Mulyati M.S.I.

Catatan:

1. Mahasiswa dapat mencetak surat ini secara mandiri,
2. Mahasiswa meminta tanda tangan presenter setelah mengikuti seminar proposal sampai selesai,
3. Mahasiswa meminta tanda tangan basah kepada Koord. Prodi setelah mengikuti seminar minimal 3 kali dan 1 kali menjadi pembahas,
4. Mahasiswa dapat meminta stempel di ruang akademik FEBI setelah semua tanda tangan terpenuhi.

Lampiran 3.7

Surat Keterangan Lulus Semua Mata Kuliah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 3336/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/7/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP : 19851112 200912 2 007
Jabatan : Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Gigih Ivan Maulana Valid
NIM : 1917201297
Semester/ SKS : VIII/ 142 SKS
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2022/2023

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut diatas telah lulus semua mata kuliah (kecuali skripsi).

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian komprehensif dan digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 12 Juli 2023
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 3.8

Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 1447/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/3/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Gigih Ivan Maulana Valid
NIM : 1917201297
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing Skripsi : Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.
Judul : Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook (Studi Kasus di Purwokerto)

Pada tanggal 30 Maret 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 4 April 2023
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 3.9

Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 3617/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/8/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Gigih Ivan Maulana Valid

NIM : 19172012979

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 31 Juli 2023 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **74 / B**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 3 Agustus 2023
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 3.10

Surat Rekomendasi Munaqosyah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

REKOMENDASI MUNAQOSAH

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP : 19851112 200912 2 007
Jabatan : Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Gigih Ivan Maulana Valid
NIM : 1917201297
Semester/ SKS : IX/ 142 SKS
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian munaqosah dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 14 Agustus 2023
Dosen Pembimbing



Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.

Lampiran 4 : Berita Acara Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Gigih Ivan Maulana Valid
NIM : 1917201297
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tanggal Seminar : Kamis, 30 Maret 2023
Pembimbing : Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.
Judul : Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Jual Beli Handphone Second di Media Sosial Facebook (Studi Kasus di Purwokerto)

Berdasarkan hasil seminar proposal, Anda dinyatakan LULUS dengan nilai 80 / B+

NO	ASPEK	URAIAN
1	Substansi Materi	Rumusan masalah; Konsep Etika Bisnis Islam terlalu luas; Studi Kasus terlalu luas;
2	Metode Penelitian	Referensi ada yang belum dicantumkan
3	Teknik Penulisan	Cover; Font Arabic; Daftar Pustaka
4	Lain-lain	Sistem garansi pada praktik jual beli handphone second itu bagaimana
5	Saran	Fokus pada teori/buku tentang etika bisnis islam pada jual beli; lebih hati-hati dalam memilih kalimat; studi kasus di fokuskan ke salah satu komunitas; menentukan standar etika.

Purwokerto, 30 Maret 2023

Penguji



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I

Lampiran 5 : Blangko Penilaian Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Gigih Ivan Maulana Valid
NIM : 19172012979
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tanggal Ujian : Senin, 31 Juli 2023
Keterangan : LULUS

NO	ASPEK PENILAIAN	RENTANG SKOR	NILAI
1	Materi Utama		
	a. Ke-Universitas-an	0 - 20	14,8
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	22,2
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	37
TOTAL NILAI		0 - 100	74 / B

Penguji I,



Rahmini Hadi, S.E., M.Si.


Purwokerto, 31 Juli 2023

Penguji II,



Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.S




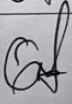












Lampiran 6 : Kartu Bimbingan



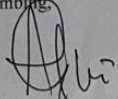
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsatzu.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Gigih Ivan Maulana Valid
 NIM : 1917201297
 Prodi/semester : Ekonomi Syariah/9
 Dosen Pembimbing : Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.
 Judul Skripsi : Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Jual Beli
Handphone Second di Media Sosial Facebook (Studi Kasus pada Grup JUAL BELI
 HP PURWOKERTO)

No	Hari, Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
			Pembimbing	Mahasiswa
1	Rabu, 14 Juni 2023	Perbaikan abstrak		
2	Rabu, 21 Juni 2023	Perbaikan tata tulis penomoran, penambahan rumusan masalah, perbaikan kesimpulan		
3	Jum'at, 23 Juni 2023	Perbaikan abstrak, rapihkan tabel, dan kepenulisan daftar pustaka		
4	Senin, 26 Juni 2023	Perbaikan kepenulisan dan tabel informasi grup jual beli		
5	Jum'at, 30 Juni 2023	Perbaikan rumusan masalah dan kesimpulan		
6	Selasa, 11 Juli 2023	Perubahan waktu penelitian dan kepenulisan		
7	Minggu, 23 Juli 2023	Tambahkan keterangan pemenuhan rukun dan syarat jual beli pada bab 4		
8	Senin, 7 Agustus 2023	ACC		

*) diisi pokok-pokok bimbingan;
 **) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 7 Agustus 2023
 Pembimbing

Ayu Kholifah, S.H.I., M.H
 NIP. 19911224 202012 014

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Gigih Ivan Maulana Valid
2. NIM : 1917201297
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 9 Januari 2001
4. Alamat Rumah : Desa Kalisari, RT 04 RW 04, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Jamalludin
Nama Ibu : Asri Kurniatin

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/PAUD : TK Aisyah Kalisari (2005-2006)
 - b. SD/MI : SD Negeri Kalisari (2006-2012)
 - c. SMP/MTs : SMP Negeri 1 Ajibarang (2012-2015)
 - d. SMA/MA : SMA Negeri 1 Purwokerto (2015-2018)
 - e. S1 : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2019-sekarang)
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Pesantren Fatkhul Mu'in Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota Departemen Bakat dan Minat HMJ Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto (2020/2021)
2. Ketua Divisi Tenis Meja UKM Olahraga IAIN Purwokerto (2021/2022)
3. Anggota Komisi C SEMA IAIN Purwokerto (2021/2022)
4. Ketua Umum PK IMM Yunus Anis (2022/2023)
5. Ketua Umum PC IMM Banyumas (2023/2024)

Purwokerto, 4 Agustus 2023



Gigih Ivan Maulana Valid