



Institut Agama Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

JURNAL SYARIAH HUKUM ISLAM

TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DAN MANAJEMEN RESIKO PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH DI KOLAKA JUAL BELI (KJB)

Enseng¹, Muh. Ridwansyah², Akmir³

¹ Mahasiswa Ekonomi Syariah, IAI Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

² Dosen Ekonomi Syariah, IAI Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

³ Dosen Ilmu Al Qur'an dan Tafsir, IAI AL Mawaddah Warrahmah Kolaka

* Corresponding Author : ensengeksy95@gmail.com

ABSTRACT

Kolaka Jual Beli (KJB) is an online transaction group using the Facebook application that is carried out by the community, especially in Kolaka Regency with the Pre-order system or the Salam contract. This group aims to facilitate entrepreneurs in selling goods or services and make it easier for consumers to find the goods or services needed.

The formulation of the problem in this study is how to buy and sell transactions online according to the perspective of the Islamic economy in Kolaka Sale and Purchase (KJB) and how to manage the risk of buying and selling online transactions according to the Islamic economic perspective in Kolaka Jual Beli (KJB). The purpose of this study is to determine the online buying and selling transactions according to the Islamic economic perspective in the buying and selling kolaka and knowing the risk management of online buying and selling transactions according to the Islamic economic perspective in the buying and selling kolaka (KJB).

The research method used is a descriptive type of research with a qualitative approach that is subjected to online buying and selling transactions and risk management in the Islamic economic perspective. Then the research procedure carried out includes intensive observation (observation, documentation, and interviews) about online buying and selling transactions and risk management from the perspective of the Islamic economy in Kolaka Sale and Purchase (KJB).

The results of this study indicate that the application of buying and selling online with the salam contract carried out by group members is not in accordance with the proper harmony and terms of the salam contract due to a lack of understanding of the salam contract system. and the risk management used by producers and consumers is very good as a solution if a problem occurs. Based on existing practices, it can be concluded that the implementation of the salam contract is not in accordance with the principles of the Qur'an and Hadith or especially Islamic economics

Keywords : Buying and Selling Online, Risk Management, Islamic Economic Perspective

A. Pendahuluan

Dunia kini tak lebih sebagai tempat dimana umat manusia bisa saling bersua, berbagi pesan, sentuhan pikiran, dan berhubungan dengan cepat tanpa membutuhkan waktu dan tenaga yang berlebihan. Kutub-kutub pemisah jarak dan waktu, sudah sedemikian dekatnya sehingga kesenjangan yang sebelumnya melebar, kini menjadi kian sempit.¹

Diera milenial seperti ini, perkembangan zaman semakin modern, teknologi semakin canggih dan terus berkembang. Saat ini segala bentuk aktivitas manusia yang biasa dikerjakan secara manual, sudah bisa dikerjakan hanya dengan sentuhan-sentuhan panel saja, termasuk kegiatan jual beli. Kegiatan perniagaan atau jual beli sudah dilakukan sejak zaman dahulu.

Di zaman Rasulullah SAW, kegiatan jual beli dilakukan dengan bertemu langsung antara penjual dan pembeli di suatu tempat seperti pasar. Namun saat ini, kegiatan jual beli sudah bisa dilakukan dengan cara yang lebih mudah, bisa dilakukan dimana dan kapanpun selama 24 jam dengan menggunakan sistem online dari smartphone atau gadget yang sudah terkoneksi dengan internet.²

Sosial media, sesuai dengan namanya merupakan media yang memungkinkan penggunanya untuk saling bersosialisasi dan berinteraksi, berbagi informasi maupun menjalin kerja sama.³

Penggunaan sosial media dapat memberi dampak positif maupun negative kepada pengguna, tergantung kebijakan pengguna dalam memanfaatkan sosial media ini. Sosial media juga memiliki beberapa manfaat yaitu, mendapatkan informasi, menjalin silaturahmi, promosi, dan kegiatan sosial lainnya.

¹ Taufik Hidayat, *Panduan Membuat Toko Online Dengan OsCommerce*, (Media Kita, 2008), hlm.2.

² Retno Dyah Pekerti dan Eliada Herwiyanti, *Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'I*, Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akutansi (JEBA) Volume 20 Nomor 02 Tahun 2018. Hlm. 02

³ Arif Rohmadi, *Tips Produktif Ber-sosial Media*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo kelompok Gramedia, Anggota IKAPI, 2016), hlm.1

Kenyataan yang kita hadapi dimasyarakat adalah perilaku yang menyimpang dari ajaran agama, merosotnya nilai etika dalam bisnis. Berbagai bentuk kecurangan terjadi dalam bisnis seperti rendahnya solidaritas, tanggung jawab sosial dan tingkat kejujuran, saling curiga, persaingan tidak sehat, penunggakan utang, sogok menyogok, komersialisasi birokrasi bahkan memotong relasi saingan. Bagi mereka bisnis adalah suatu usaha yang bertujuan mencari laba semata – mata.⁴

Di dalam transaksi jual beli online, prinsip kejujuran menjadi sangatlah rentan karena penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, melainkan melalui virtual online atau media sosial. Ada beberapa hal yang membedakan transaksi jual beli secara online dan konvensional, salah satunya adalah akad sebagai media utama dalam proses tersebut.

Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Akad atau ijab qabul dilaksanakan dengan ucapan lisan, tulisan atau isyarat bagi mereka yang tidak mampu berbicara atau menulis.⁵

Kehadiran sosial media saat ini telah membawa banyak perubahan untuk dunia komunikasi. Sosial media tidak hanya menjadi alat untuk berkomunikasi tetapi juga menjadi sarana untuk mencari teman dan sarana promosi bagi suatu bisnis yang dijalankan oleh perusahaan maupun individu. Dan salah satu sosial media yang banyak digunakan dalam suatu bisnis online adalah facebook. Seperti yang digunakan oleh Kolaka Jual Beli.

Ekonomi Islam telah mengajarkan kita untuk bertransaksi jual beli yang sesuai dengan syariat. Yang tidak hanya mengutamakan keuntungan, namun juga mengajarkan kita tentang kejujuran dan tanggung jawab. Secara umum penjualan online telah menjadi sarana bagi masyarakat untuk bertransaksi dan promosi produk yang telah dihasilkan dengan mudah. Namun dizaman sekarang dengan semakin canggihnya teknologi dan persaingan pasar

⁴ 4Sulvi Faujiah, penggunaan sosial media untuk bisnis “ Online “ dalam perspektif Islam, (Jember Majalah D’economic IAIN, 2018)hlm. 3

⁵ Retno Dyah Pekerti dan Eliada Herwiyanti, *op.cit.* hlm. 3

maka banyak masyarakat yang melupakan syariat jual beli dan hanya mengutamakan keuntungan semata tanpa berfikir dampaknya.

Resiko transaksi yang sering terjadi adalah banyaknya penipuan yang dilakukan produsen maupun konsumen. Maka pentingnya manajemen resiko yang digunakan sebagai strategi untuk menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi dalam transaksi jual beli online.

Kolaka jual beli adalah salah satu transaksi jual beli Online yang banyak diminati oleh masyarakat khususnya di Kab. Kolaka sebagai pasar modern untuk melakukan transaksi jual beli antara produsen dan konsumen dengan akad salam. Transaksi jual beli yang dilakukan produsen kepada konsumen juga terdapat beberapa masalah salah satunya adalah penipuan. Adapun Observasi awal yang dilakukan oleh calon peneliti kepada Admin Group, produsen dan konsumen, permasalahan yang terjadi pada saat ini yaitu banyaknya pengguna transaksi jual beli online yang tidak sesuai dengan rukun dan syarat- syarat ekonomi syariah khususnya di Kolaka Jual beli dan resiko yang terjadi ditanggung oleh produsen dan konsumen.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu

1. Bagaimana transaksi jual beli online menurut perspektif ekonomi syariah di kolaka jual beli (KJB).?
2. Bagaimana manajemen resiko transaksi jual beli online menurut perspektif ekonomi syariah di Kolaka Jual Beli (KJB).?

C. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian
 - a. Lokasi penelitian dan Alasan Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakuakan di Kota kolaka, Kabupaten kolaka, Kecamatan Kolaka, Provinsi Sulawesi Tenggara, tepatnya di penjualan Online Kolaka Jual Beli. Peneliti mengambil lokasi penelitian tersebut karena Kolaka Jual beli merupakan salah satu akses

pasar modern dengan menggunakan sistem online yang banyak digunakan oleh masyarakat khususnya usaha Mikro dan Makro dalam perspektif ekonomi syariah dan Manajemen Resiko yang digunakan.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan setelah seminar proposal. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan, yaitu dari bulan Oktober- Desember 2019.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian yaitu topik permasalahan yang dikaji dalam penelitian. Adapun objek penelitian ini adalah Admin group, Produsen dan konsumen penjualan online khususnya di Kolaka Jual beli.

3. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data yang dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan yang ada dirumusan masalah penelitian, maka peneliti mengumpulkan data sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang bersumber pada data aslinya. Adapun data primer yaitu ditujukan kepada subjek penelitian ini, yakni melakukan observasi sebelum melakukan penelitian tentang Jual Beli Online dan Manajemen Resiko Perspektif Ekonomi Syariah di Kolaka Jual Beli (KJB). Sumber data berupa wawancara oleh produsen dan konsumen.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang berasal dari bahan-bahan pustaka, yaitu meliputi dokumen-dokumen yang tertulis, yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadist, Ijma dan Qiyas para Ulama yang merupakan sumber hukum dalam Islam.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan

adalah Metode Wawancara, dalam hal ini peneliti akan mewawancarai pengguna transaksi online. Metode ini dilakukan oleh peneliti dengan tujuan, peneliti dapat memperoleh informasi yang diperlukan.

5. Instrumen Penelitian

a. Pedoman Wawancara

Dalam instrument wawancara ini yang menjadi sasaran dari peneliti adalah melakukan interview langsung dengan pihak yang terkait pada penggunaan transaksi online.

b. Pedoman Observasi

Observasi dilakukan oleh peneliti terhadap Admin Group , produsen dan konsumen yang melakukan transaksi penjualan online di Kolaka Jual Beli.

c. Dokumentasi

Data yang di dapatkan dari halaman buku dan web untuk digunakan dalam pengelolaan data bersama data yang lain sebagai tambahan refrensi dalam mengelola suatu data.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat induktif dan berkelanjutan yang tujuan akhirnya menghasilkan pengertian, konsep dan pembangunan suatu teori baru.⁶ Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Bila berdasarkan data yang dapat dikumpulkan secara

⁶ Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, (Cet.I ; Bandung : CV PUSTAKA SETIA, 2014).hlm.79

berulang-ulang dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori.⁷

Jadi Pada tahap ini peneliti mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dan ditanyakan. Proses analisis data secara keseluruhan melibatkan usaha memaknai data yang berupa teks atau gambar. Mengajukan pertanyaan-pertanyaan analisis dan menulis secara singkat sepanjang penelitian. Analisis melibatkan pengumpulan data yang terbuka didasarkan pada pertanyaan umum, dan analisis informasi dari para partisipan.

7. Pengujian Keabsahan Data

Setelah pengujian terhadap produk berhasil, dan mungkin ada revisi yang tidak terlalu penting, maka selanjutnya produk yang berupa sistem kerja baru tersebut diterapkan dalam kondisi nyata untuk lingkup yang luas. Dalam operasinya sistem kerja baru tersebut, tetap harus dinilai kekurangan atau hambatan yang muncul guna untuk perbaikan lebih lanjut.

Dalam pengujian keabsahan data, metode penelitian kualitatif menggunakan istilah yang berbeda dengan penelitian kuantitatif. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi Uji Kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member check*.

Jadi pengujian keabsahan data yang diperoleh peneliti dengan cara memperpanjang waktu pengamatan memungkinkan akan meningkatkan kepercayaan data yang telah dikumpulkan. Diskusi dengan teman, analisis kasus negatif yang sesuai dengan kondisi nyata.

D. Pembahasan

1. Tujuan Kolaka Jual Beli (KJB)

⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2008).hlm.245

Tujuan Admin Group untuk membuat Group Kalaka Jual Beli (KJB) adalah memperbanyak anggota group agar mendapatkan keuntungan bagi admin dan mempermudah transaksi yang dilakukan oleh produsen dan konsumen.⁸

2. Penerapan Akad Salam di Kolaka Jual Beli (KJB)



Akad Salam adalah akad jual beli yang menggunakan sistem pesanan, dimana konsumen memesan barang kepada produsen tanpa melihat langsung barang yang dipesan, melainkan konsumen hanya melihat dalam bentuk gambar.

Transaksi yang dilakukan di Kolaka Jual Beli produsen dan konsumen melakukan akad Salam menggunakan sosial media facebook. Konsumen dapat mengechat produsen atau mengomentari langsung gambar yang ingin dipesan.

Akad salam memiliki beberapa rukun dan syarat yang harus dipenuhi oleh produsen dan konsumen agar transaksi sesuai dengan perspektif ekonomi syariah agar tidak merugikan satu sama lain dan mengakibatkan resiko yang harus ditanggung oleh produsen maupun konsumen. Dalam akad salam produsen menjelaskan keadaan barang yang dijual nya secara transparan, baik sifat, bentuk dan kualitasnya. Kolaka Jual Beli yang anggotanya banyak menggunakan akad Salam namun sebagian dari produsen dan konsumen tidak menggunakan akad salam sesuai dengan syariah, dimana akibatnya banyak produsen maupun konsumen yang mengalami kerugian.

⁸ Wawancara dengan Harianto admin group. Tanggal 11 Desember 2019

Transaksi yang dilakukan dalam group Kolaka Jual Beli antara produsen dan konsumen lebih banyak menggunakan akad *Salam* atau sistem pesanan.

Kolaka jual beli merupakan sarana transaksi yang dilakukan oleh konsumen dan produsen dengan menggunakan akad salam dengan sistem Pre-Order (PO) artinya barang yang dibuka untuk pesanan. Dan barang yang ready tanpa PO atau barang yang sudah siap diperjual belikan secara langsung tanpa menunggu untuk dipesan. Produsen mempromosikan barang maupun jasa yang disertai dengan gambar. Konsumen dapat mengomentari postingan atau chat langsung produsen jika ingin mengetahui lebih lanjut tentang barang atau jasa yang dipromosikan. Barang yang sudah dipesan oleh konsumen tidak boleh dibatalkan jika sudah proses pesanan berlangsung dan barang pesanan yang telah tiba.

Yunita mengatakan bahwa : Konsumen yang sudah memesan barang dengan sistem pesanan harus menunggu beberapa hari atau ± 7 hari untuk mendapatkan barang yang diinginkan, karena produsen juga melakukan pesanan produk yang diinginkan konsumen. Dan barang yang diupload sudah dijelaskan kepada konsumen baik itu dari bentuk, kualitas barang dan lainnya. Maka dari itu konsumen tidak boleh membatalkan barang pesannya.⁹

Jual beli online yang dilakukan masyarakat haruslah dengan kejujuran dan transparan agar tidak merugikan salah satu pihak atau dalam ekonomi syariah dikenal dengan *Gharar*. Khususnya kolaka jual beli yang menjadi akses transaksi media sosial yang banyak disukai oleh masyarakat khusus nya di Kab. Kolaka.

Dina mengatakan :Dalam transaksi online khususnya di Kolaka Jual Beli (KJB) produsen dan konsumen harus melakukan transaksi secara transparan. Dimana sebagai produsen kita harus menjaga kepercayaan konsumen untuk mendapatkan pelanggan yang tetap. Dan sebagai produsen juga harus pandai memilih konsumen yang betul-betul ingin memesan.¹⁰

Produsen harus menjelaskan barang yang dijual kepada konsumen. Mulai dari kelebihan maupun kekurangan barang yang dijualnya. Sehingga tidak merugikan konsumen

⁹ Wawancara dengan Produsen Kolaka Jual Beli (KJB) Pada Tanggal 17 Desember

¹⁰ Wawancara dengan produsen Kolaka Jual Beli yang tinggal di Tanggetada. Tanggal 10 Desember 2019.

yang telah memesan barang produknya. Dan sebagai konsumen juga harus teliti dalam membeli barang yang ada di Kolaka Jual Beli (KJB).

Namun salah satu produsen Kolaka Jual Beli mengatakan bahwa :

“Rukun dan syarat yang digunakan pada saat transaksi online tidak sesuai dengan syariat Islam karena barang tidak jelas adanya, karena masih proses pemesanan”.¹¹

Transaksi online di Kolaka Jual Beli beberapa prosesnya tidak sesuai dengan syariat Islam atau ekonomi syariah khususnya Rukun dan Syarat akad *salam* karena kurangnya pemahaman tentang hal tersebut. Seperti tidak jelasnya kualitas barang yang dimiliki oleh produsen, waktu yang tidak tepat sesuai dengan perjanjian dan adanya penipuan barang pesanan yang tidak tiba setelah dipesan.

Sebagaimana wawancara dengan ibu Sunarti : “ Saya pernah tertipu dengan produsen yang menjual barang, saya sudah mentransfer uang senilai Rp.350.000 ke rekening produsen. Namun setelah beberapa hari barang tidak datang-datang dan akunya sudah tidak bias dihubungi”.¹²

3. Manajemen Resiko di Kolaka Jual Beli (KJB)

Resiko yang dialami oleh masyarakat dalam melakukan transaksi online khususnya di Kolaka Jual beli adalah penipuan. Ada beberapa kasus terjadi di group KJB yang mengakibatkan kerugian yang dialami oleh konsumen maupun produsen. Dimana sebagian anggota group bukanlah pengusaha yang sebenarnya, melainkan oknum yang menggunakan sosial media khususnya di KJB untuk mendapatkan keuntungan. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Asmharani :

“ Di group Kolaka Jual Beli ada sebagian orang yang berpura-pura menjadi penjual yang menyiapkan barang untuk pembeli namun sebenarnya barang itu tidak ada. kalau ada pembeli yang memesan barang, maka terjadi kesepakatan bahwa pembeli disuruh untuk mentransfer uang sesuai dengan harga barang dan menunggu untuk beberapa hari setelah pesanan untuk barang itu datang, namun setelah beberapa hari barang itu tidak datang-datang.”

¹¹ Wawancara dengan Nurul fadillah Sakinah. Tanggal 05 Januari 2020.

¹² Wawancara dengan Ibu Sunarti. Tanggal 18 Desember 2019

Hal ini mengakibatkan kerugian terhadap konsumen yang mengalami penipuan karena ketidak hati-hatian dalam melakukan transaksi. Dalam hal ini pentingnya manajemen resiko khususnya di Kolaka Jual Beli. Produsen maupun konsumen harus memiliki strategi agar dapat menghindari maupun menyelesaikan masalah yang kemungkinan terjadi dalam transaksi online khususnya anggota group di Kolaka Jual Beli (KJB).

Masalah yang biasa terjadi di Kolaka Jual Beli adalah barang pesanan tidak sesuai dengan harapan konsumen. Dan kejadian ini harus ditanggung oleh konsumen atau produsen yang mengalami kerugian atau masalah, sebagaimana wawancara dengan salah satu konsumen Kolaka Jual Beli yaitu Bapak Zulkifli mengatakan jika terjadi penipuan maka tindakan yang dilakukan adalah berikan kepada pihak yang berwajib dan jika ada barang yang tidak sesuai dengan gambar atau penjelasan produsen maka barang nya di kembalikan.¹³

Hal ini dikarenakan admin group tidak memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab dengan masalah yang terjadi dengan anggota group. Jadi konsumen dan produsen harus mencari cara sendiri untuk menyelesaikan masalahnya.

4. Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Kolaka Jual Beli merupakan sebuah group di sosial media facebook yang terdiri dari admin dan beberapa anggota group merupakan produsen maupun konsumen yang melakukan transaksi jual beli. Group ini berfungsi untuk mempromosikan barang atau jasa yang dimiliki oleh produsen dan mencari barang yang dibutuhkan oleh konsumen. Kolaka jual beli juga merupakan salah satu sarana yang mempermudah masyarakat khususnya daerah Kab. Kolaka untuk melakukan transaksi. Di Kolaka jual beli produsen dan konsumen lebih banyak menggunakan akad *Salam*.

Akad *Salam* merupakan perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi terjadinya peralihan hak atas sesuatu barang dari pihak penjual (Produsen) kepada pihak pembeli

¹³ Wawancara dengan Bapak Zulkifli. Konsumen KJB. Tanggal 17 Desember 2019

(konsumen), maka sendirinya dalam perbuatan hukum ini haruslah dipenuhi rukun dan syarat sahnya *Salam*. Sehingga bentuk akad salam pada Kolaka jual beli harus jelas yang dilakukan pada saat akad, dimana akad tersebut dibuat secara tertulis demi kepentingan pembuktian jika dikemudian hari terjadi masalah atau sengketa.

Pengaplikasian Akad *Salam* di Kolaka Jual Beli yaitu dimana pihak produsen menyediakan barang atau jasa dengan cara mengupload gambar atau video kedalam group agar dapat dilihat dan dikomentari oleh konsumen. Secara operasional, akad *Salam* ini adalah jual beli barang atau jasa yang menggunakan sistem pesanan. Dimana produsen menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen, dan konsumen dapat memesan barang yang diinginkan dengan cara pembayaran dilakukan diawal sesuai dengan harga yang telah disepakati. Pembayaran bisa dilakukan dengan transfer atau konsumen dan produsen bertemu langsung. Saat pesanan barang berlangsung konsumen harus menunggu ± 7 hari untuk barang nya tersedia.

Jual beli yang dilakukan oleh anggota group Kolaka Jual Beli dengan mekanisme pembelian barang dapat dilakukan dengan Pre-Order (PO), sebagaimana dalam Fatwa tentang jual beli salam dicantumkan pada fatwa nomor: 05/DSN-MUI/IV/2000.

Kolaka Jual Beli (KJB) merupakan salah satu akses media sosial yang memberikan solusi kepada masyarakat yang ingin memenuhi kebutuhannya yaitu dalam hal pengusaha yang ingin mengembangkan usahanya, memiliki konsumen yang tetap dan promosi barang tanpa bertemu langsung dengan pembeli, begitupun dengan konsumen yang ingin mencari kebutuhan sehari-hari. Transaksi Online kolaka jual beli merupakan salah satu solusi terbaik bagi masyarakat. Namun transaksi ini harus sesuai atau memenuhi syarat-syarat tertentu meliputi produsen maupun konsumen tersebut harus cakap hukum akad yang dilakukan dan dalam melakukan transaksi tidak ada unsur pemaksaan atau keterpaksaan. Adapun barang yang diperjualbelikan tidak termasuk barang yang dilarang (haram).

Saat ini jumlah anggota kolaka jual beli kurang lebih 68 ribu anggota yang bertempat tinggal di kota kolaka maupun di luar daerah kolaka. Pada hasil penelitian tentang transaksi jual beli dan manajemen resiko di Kolaka Jual Beli (KJB) ini yang menjadi kajian atau topik utamanya adalah hasil wawancara mengenai akad salam dan manajemen resiko di KJB bagi setiap produsen maupun konsumen yang melakukan transaksi online.

Group KJB telah menawarkan bermacam-macam produk diantaranya pakaian, makanan, perumahan dan lain-lain. Dengan harga yang berbeda-beda. Jual beli yang dilakukan oleh produsen dan konsumen lebih banyak menggunakan akad salam yaitu sistem pesanan. Dalam aplikasinya jual beli pesanan digunakan apabila barang yang dibutuhkan konsumen belum ready atau tersedia. Dalam ekonomi syariah dikenal dengan akad *Salam*. Akad Salam yang digunakan harus sesuai dengan rukun dan syarat-syaratnya. Di Kolaka Jual Beli akad yang sering digunakan adalah akad *salam*. Namun yang menjadi permasalahan tidak semua anggota KJB mengetahui tentang istilah akad *salam* tersebut. Dari hasil wawancara ada beberapa anggota yang tidak mengetahui bahwa jual beli yang menggunakan sistem pesanan dan barang dibayar diawal adalah akad *Salam*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Anti selaku anggota atau konsumen Kolaka Jual Beli mengatakan :

“ saya tidak mengetahui apa itu akad salam apalagi tentang rukun dan syaratnya dalam jual beli, karena saya tidak pernah mendengarkan istilah seperti itu”¹⁴.

Hal ini merupakan salah satu masalah yang terjadi di Group Kolaka Jual Beli (KJB) yang dapat mengakibatkan terjadinya resiko yang harus dialami oleh produsen maupun konsumen, oleh karena itu untuk menghindari masalah yang kemungkinan terjadi maka kesepakatan yang dilakukan oleh produsen dan konsumen harus jelas.

¹⁴ Wawancara dengan Anti selaku anggota KJB sekaligus konsumen, Tanggeta 10 Desember 2019.

Transaksi yang dilakukan di sosial media haruslah dengan kehati-hatian, khususnya di Kolaka Jual Beli (KJB), karena sudah terdapat beberapa kasus yang terjadi, diantaranya penipuan atau barang pesanan konsumen tidak sesuai dengan yang diharapkan. Atau sebaliknya produsen yang mengalami kerugian dikarenakan konsumen yang memesan barang tiba-tiba membatalkan pesannya tanpa alasan yang jelas. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu admin Group KJB Bapak Wahyu mengatakan bahwa :

“ jika terjadi penipuan atau masalah antara produsen dan konsumen maka admin group tidak memiliki kewajiban atau bertanggung jawab untuk menyelesaikan masalah tersebut. Karena admin group hanya menyediakan wadah disosial media untuk mempermudah masyarakat dalam bertransaksi. Admin group hanya memiliki hak untuk mengeluarkan anggota jika yang diupload atau disebar digroup tidak sesuai dengan semestinya atau hal yang dapat mengakibatkan perselisihan dan dapat merugikan orang lain.”

Oleh karena itu setiap produsen maupun konsumen harus lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi. Baik itu secara langsung maupun dengan menggunakan sosial media khususnya di Group KJB, agar tidak mengalami masalah. Tindakan yang dilakukan oleh produsen maupun konsumen yang mengalami kerugian atau terlibat dalam sebuah masalah berbeda-beda tergantung dari pihak yang merasa dirugikan. Ada yang menggunakan strategi kekeluargaan dan ada juga yang menggunakan jalur hukum yang berlaku dengan melaporkan tersangka kepada pihak yang berwajib (kepolisian).

Sebagaimana wawancara dengan Erna salah satu produsen di Kolaka Jual Beli bahwa strategi yang digunakan untuk menyelesaikan masalah adalah menscreenshoot percakapan dengan konsumen sebagai bukti kalau mereka tidak jujur dalam transaksi.¹⁵

Jadi, konsumen maupun produsen harus menyimpan tanda bukti agar jika terjadi permasalahan maka ada sesuatu yang bisa dijadikan sebagai alat untuk memecahkan suatu masalah. Baik itu berupa dokumentasi, dokumen dan catatan.

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Erna. Produsen KJB. Tanggal 03 Desember 2019

E. Penutup

1. Kesimpulan

- a. Jual beli online di Kolaka Jual Beli (KJB) sebagian besar anggota group menggunakan akad *Salam*. Namun akad yang disepakati antara produsen dan konsumen sebagian ada yang tidak sesuai dengan rukun dan syarat akad salam yang semestinya atau tidak sesuai dengan prinsip Al – Qur'an dan Hadist. Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman sebagian masyarakat yang bergabung dengan group kolaka jual beli tentang akad *Salam*.
- b. Manejemen resiko atau strategi dalam menghadapi kemungkinan masalah yang terjadi sangatlah diperlukan dalam transaksi online khususnya di Kolaka Jual Beli, karena masih banyak produsen maupun konsumen yang mengalami kerugian karena penipuan yang dilakukan oleh sebagian anggota group. Dalam permasalahan yang terjadi solusi yang biasa digunakan oleh sebagian anggota group dengan cara musyawarah atau melaporkan kepihak yang berwajib.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, maka peneliti mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk admin group KJB, buatlah persetujuan atau persyaratan untuk menjadi anggota group agar tidak semua akun sosial media bebas untuk menjadi anggota group. Dan berilah penjelasan atau postingan di Kolaka Jual Beli tentang Akad *Salam*.
2. Untuk produsen dan komsumen agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi. Dan buatlah catatan pada saat melakukan akad atau kesepakatan agar bisa menjadi bukti dikemudian hari jika terjadi masalah yang tidak diinginkan.

F. Daftar Pustaka

- Taufik Hidayat, 2008 *Panduan Membuat Toko Online Dengan OsCommerce*, Media Kita,
- Retno Dyah Pekerti dan Eliada Herwiyanti, Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'I, 2018 *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akutansi* (JEBA) Volume 20 Nomor 02 Tahun
- Arif Rohmadi, 2016 *Tips Produktif Ber-sosial Media*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo kelompok Gramedia, Anggota IKAPI,
- Sulvi Faujiah, 2018 *penggunaan sosial media untuk bisnis " Online "* dalam perspektif Islam, Jember Majalah *D'economic* IAIN.
- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, 2014 *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah* ,Cet.I ; Bandung : CV PUSTAKA SETIA,
- Sugiyono, 2008 *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta,