



MODUL BAHAN AJAR DENGAN STUDI KASUS PENELITIAN

DISUSUN OLEH :

Dr. Dyarini, S.E, M.Si

Dr. Adi Mansah

Adi Alam, S.Kom, MMSI

Aprillia Duwi Putri

Universitas Muhammadiyah Jakarta

2022

Free-Ongkir di Marketplace itu Riba?

Apakah fasilitas free-ongkir yang diberikan oleh MP kepada konsumen, termasuk riba?

Jawab:

Bismillah was shalatu was salamu 'ala Rasulillah, wa ba'du,

Ada beberapa catatan tentang marketplace yang kami pahami,

- [1] Marketplace tidak memiliki barang, sehingga pihak marketplace tidak menjual barang.
- [2] Marketplace adalah wadah yang mempertemukan penjual dengan pembeli di mall online.
- [3] Marketplace tidak hanya tempat, tapi lembaga yang memiliki wewenang membuat kebijakan di pasarnya
- [4] Umumnya pihak marketplace memberi jaminan keamanan bagi pengunjung dengan sistem rekber (rekening bersama)
- [5] Konsumen yang beli tidak pernah bertemu dengan pemilik barang. Semua transaksi dilayani dengan mesin
- [6] Tidak berwenang menetapkan harga terhadap barang yang dijual
- [7] Tidak mendapat keuntungan atau profit sharing dari merchant ketika ada barang yang terjual
- [8] Tidak menanggung resiko terhadap barang
- [9] Terkadang menyewakan fitur iklan untuk beberapa merchant, seperti diiklankan atau dipajang di depan

[10] Dana yang mengendap di rekber, diatur oleh OJK dan tidak bisa dimanfaatkan oleh pihak marketplace – menurut info yang saya dengar –.

Kesimpulan yang ingin kami garis bawahi, bahwa marketplace bukan penjual, bukan pula wakil dari penjual, marketplace hanya media yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dengan aturan tertentu.

Sebelum lebih jauh memahami marketplace, terlebih dahulu kita akan mempelajari 2 hal:

Pertama, konsekuensi akad jual beli.

Ketika dilakukan akad jual beli, akan terjadi perpindahan hak milik. Ketika si A menjual Hp kepada si B seharga 3jt, maka terjadi perpindahan hak milik, HP berpindah hak milik dari si A kepada si B, dan uang 3jt berpindah hak milik dari si B kepada si A.

Kedua, rekening bersama dan escrow

Keberadaan escrow di MP pada hakekatnya adalah untuk menjamin keamanan bagi semua pihak. Terutama para konsumen. Terlebih transaksi via online di masa sekarang, sangat rentan dengan penipuan. Ketika perusahaan MP membuat pasar, tentu saja dia ingin agar pasarnya aman dari keberadaan penipu. Intensitas penipuan tidak hanya merugikan semua pihak, termasuk kepercayaan orang terhadap pasarnya juga akan menjadi hilang. Dan ketika pasar sepi dari pengunjung, lama-kelamaan akan ditinggalkan pula oleh para penjual. Modal besar perusahaan MP dalam membuat sistem dan mesin transaksi, nyaris tidak ada harapan untuk bisa kembali.

Bukan karena masalah membangun suudzan, namun memilih posisi aman dalam hal ini dianjurkan. Para sahabat membiasakan tindakan ini, dalam rangka untuk menghindari setiap peluang munculnya sengketa.

Imam al-Bukhari dalam Adabul Mufrad menyebutkan judul Bab,

باب من عد على خادمه مخافة الظن

Bab tentang orang yang menghitung jumlah kiriman yang dibawa pembantunya, karena khawatir ada sangkaan yang tidak diinginkan.

Kemudian beliau membawakan riwayat dari Salman al-Farisi radhiyallahu ‘anhu,

إِنِّي لَأَعُدُّ الْعُرَاقَ عَلَى خَادِمِي مَخَافَةَ الظَّنِّ

Saya menghitung jumlah tulang kering (al-Urraq) yang dikirim oleh pembantuku, karena khawatir muncul sangkaan yang tidak diinginkan. (al-Adab al-Mufrad, no. 168 dan dishahihkan al-Albani).

Al-Urraq adalah tulang yang sudah dibersihkan dagingnya, dan masih tersisa sedikit daging yang menempel. Di masa silam, ini laku dan dijual bijian. Salman memiliki pembantu yang bertugas sebagai kurir antar-jemput tulang ini. Ketika beliau mengirim dan menerima, selalu dihitung terlebih dahulu.

Alasan Salman adalah karena itu lebih menenangkan bagi hati.

Anda tentu saja tidak akan merasa nyaman ketika transaksi yang anda lakukan dipenuhi dengan kecurigaan. Anda beli secara online dan anda dipenuhi kekhawatiran, jangan-jangan ditipu.. karena itu, membuat suasana nyaman ketika transaksi, dengan menutup semua celah yang bisa memicu sengketa, dalam islam dianjurkan.

Skema Transaksi di MP

Penjual mendaftarkan dirinya untuk membuka lapak di MP, selanjutnya dia memasang foto barang di sana. Kemudian si A berminat untuk membelinya, lalu si A memasukkan barang itu ke keranjang belanja. Setelah diperiksa dan benar-benar telah sesuai, si A membeli barang itu dengan mentransfer harga barang + biaya ongkir (jika tidak gratis).

Uang yang ditransfer konsumen tidak langsung diterima oleh penjual, namun ditahan di rekber sampai ada notifikasi bahwa barang telah tiba di tempat pembeli dengan selamat. Lalu nominal itu masuk ke dompet virtual penjual, dan selanjutnya penjual memiliki hak untuk mencairkannya.

Jika kita buat diagram alir, urutannya sebagai berikut:

Penjual memajang barang A => konsumen memilih barang => Konsumen memasukkan barang ke keranjang belanja => konsumen membeli dengan mentransfer senilai harga barang dan ongkir => penjual mendapat notifikasi dari MP untuk mengirim barang => penjual mengirim barang => barang sampai di konsumen.

Yang menjadi pertanyaan, milik siapakah uang yang tersimpan di rekber?

Setiap property online, tentu saja ada pemiliknya. Dengan melihat skema MP di atas, milik siapakah uang itu?

Karena yang terlibat transaksi ada 3 pihak, maka jawabannya ada 3 kemungkinan,

[1] Milik MarketPlace

[2] Milik Penjual

[3] Milik Konsumen

Dan setiap jawaban tentu saja membawa konsekuensi.

Jika kita jawab, uang itu milik MP. Pertanyaan selanjutnya, atas dasar apa pihak MP memiliki uang itu?

Apakah dia penjual? Jawabannya: bukan.

Apakah dia penerima utang dari konsumen?

Sejak kapan konsumen berkeinginan memberi uang pihak MP?

Karena itu, jika uang ini kita pahami sebagai milik pihak MP, kita kesulitan untuk memberikan alasan atas dasar apa MP memiliki uang itu.

Jawabannya tinggal dua kemungkinan, antara milik konsumen atau milik penjual.

Untuk menentukan ini, anda bisa gunakan teori konsekuensi akad. Jika sudah terjadi akad, berarti telah terjadi perpindahan hak milik antara penjual dan konsumen. Dimana uang itu sudah menjadi milik penjual, dan barang menjadi hak konsumen.

Pertanyaan selanjutnya, ketika si A belanja di marketplace, kapan akad jual beli itu terjadi? Lihat skema dan diagram alir di atas. Ada 3 kemungkinan, kapan akad itu terjadi?

[1] Ketika konsumen menaruh daftar barang yang dia pilih di keranjang belanja

[2] Ketika konsumen mentransfer uang ke rekber

[3] Ketika konsumen menerima barang.

Untuk yang pertama, ketika konsumen menaruh daftar barang yang dia pilih di keranjang belanja, jelas ini bukan akad. Karena itu, sebatas menaruh di keranjang belanja, sama sekali tidak ada ikatan apapun.

Untuk yang ketiga, Ketika konsumen menerima barang, ini juga tidak mungkin. Karena di sini konsumen hanya menerima barang dan tidak melakukan akad. Sehingga akad sudah terjadi sebelumnya. Karena itu, jawaban yang paling tepat adalah yang kedua, Ketika konsumen mentransfer uang ke rekber.

Untuk itulah, sudah menjadi aturan dalam transaksi online, ketika konsumen dinyatakan telah deal transaksi jika dia telah melakukan pembayaran dengan cara transfer atau lainnya.

Sehingga uang yang mengendap di rekber adalah uang milik penjual dan bukan lagi milik konsumen. Namun penjual belum bisa mencairkan haknya, sampai ada kepastian bahwa barang telah tiba dengan selamat di tempat konsumen. Sehingga uang ini hakekatnya dijadikan jaminan atas transaksi jual beli antara penjual dengan konsumen di MP tersebut.

Kesimpulannya, uang yang mengendap di rekber itu bukan dana pinjaman konsumen ke MP. Sehingga jika konsumen mendapatkan hadiah apapun dari MP, tidak termasuk keuntungan karena transaksi utang piutang.

Demikian, Allahu a'lam.

Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, teknologi dan informasi berkembang sangat pesat dan mempengaruhi sistem perdagangan terutama jual beli. Manusia menciptakan teknologi yang mampu menjadikan jual beli tidak perlu bertemu tatap muka antara pihak penjual dengan pihak pembeli atau disebut dengan jual beli secara elektronik. Jual beli semacam ini sudah menjadi kebiasaan baru yang hidup di tengah umat saat ini. Jual beli secara elektronik memiliki keuntungan yang cukup besar dimana hampir semua orang menginginkan kepraktisan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhannya. Praktis dan kemudahan ini yang menjadi alasan mengapa manusia lebih memilih melakukan jual beli secara elektronik karena mereka tidak perlu beranjak dari tempatnya, mereka bisa memenuhi kebutuhan hidup hanya dengan menggunakan ponsel pintar ataupun komputer. Bagi penjual, mereka tidak perlu mengeluarkan modal untuk menyediakan tempat maupun menyediakan barang. Sedangkan bagi pembeli, mereka tidak perlu mengeluarkan ongkos untuk pergi ke pasar ataupun menghabiskan waktu untuk berkeliling mencari barang yang dibutuhkan. Marketplace salah satu wujud solusi dari gempuran industri perdagangan di tengah pesatnya perkembangan internet dan teknologi informasi. Marketplace atau pasar virtual merupakan situs yang menyediakan ruang bagi para pelaku bisnis online untuk menawarkan produk dagangannya dengan menampilkan produk tanpa perlu membangun situs sendiri. Pelaku usaha kecil dan menengah hanya perlu memberikan informasi terkait produknya secara lengkap di marketplace tersebut (Yustiani & Yunanto, 2017). Para pembeli dapat menemukan barang yang diinginkan dari berbagai macam online shop yang tertera dalam suatu marketplace. Konsep marketplace ini lebih disukai banyak orang karena transaksi dianggap lebih terjamin mengingat banyaknya penipuan belanja online. Namun, bagaimana status hukum transaksi tersebut mengingat kaidah asal jual beli adalah bertemunya penjual dan pembeli secara langsung. Fenomena selanjutnya adalah bagaimana metode pembayaran pada Marketplace ini dilihat dari perspektif Islam khususnya dalam perspektif ekonomi Islam. Pada dasarnya, fokus pembahasan Ekonomi Islam terletak pada sikap manusia pada harta. Mulai dari proses mencari harta (produksi), cara manusia menyimpan harta hingga kegiatan membelanjakan hartanya (konsumsi). Prinsip utama dalam Sistem Ekonomi Islam sebagaimana yang diajarkan dalam Al Quran adalah dengan menjalani hidup hemat dan sederhana, tidak berlebih-lebihan, senantiasa membelanjakan hartanya dalam kebaikan, serta mengutamakan kebutuhan di bandingkan keinginan (Kurniati, 2016). Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti berusaha mendalami lebih lanjut metode pembayaran pada Marketplace yang memfokuskan penelitian pada pengalaman subjektif perilaku konsumen dengan pendekatan fenomenologi.

Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi Fenomenologi. Studi fenomenologi berasumsi bahwa setiap individu mengalami suatu fenomena dengan segenap kesadarannya. Dengan kata lain, studi fenomenologi bertujuan untuk menggali kesadaran terdalam para subjek mengenai pengalamannya dalam suatu peristiwa. Penelitian fenomenologi bertujuan untuk menggunakan pengalaman langsung si peneliti selama proses penelitian untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, sehingga menghasilkan pengetahuan mendalam tentang fenomena tersebut. Meski bisa riset ini juga bisa menggunakan pengalaman orang lain yang diperoleh

untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, sehingga menghasilkan pengetahuan yang mendalam tentang fenomena tersebut. Titik awal kita dalam memilih variasi strategi yang tepat, bergantung pada kemampuan untuk mendekati fenomena tanpa memiliki asumsi, definisi, atau kerangka teoretis apriori. Tetapi yang pasti, strategi penelitian fenomenologi didasarkan pada pengalaman dan persepsi sensorik sendiri sebagai peneliti atau orang lain. Fenomenologi merupakan salah satu pendekatan yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Metode kualitatif hadir sebagai respons terhadap keberadaan metode kuantitatif yang dianggap tidak mampu lagi menjawab berbagai persoalan kehidupan yang ada. Metode ini memposisikan manusia sebagai subjek penelitian bukan sebagai objek penelitian (metode kuantitatif) yang mendapat sedikit porsi di dalamnya. Metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi berupaya untuk menangkap berbagai persoalan yang ada di masyarakat dan mengungkap makna yang terkandung di dalamnya. Data yang terkumpul dari hasil penelitian, maka akan dilakukan analisis data serta melakukan pengambilan kesimpulan dari data yang sudah terkumpul. Adapun analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif-analitis kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk dianalisis yang kemudian data tersebut diinterpretasikan kemudian diambil kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Marketplace tidak memiliki produk sendiri, tetapi menyediakan tempat untuk mempertemukan banyak penjual dan pembeli. Sehingga *Marketplace* tidak ubahnya seperti pasar online atau mall online. Hanya saja ada tambahannya, mengingat penjual dan pembeli tidak bertemu, beberapa marketplace melindungi pasarnya dengan membuat jaminan transaksi berupa rekening bersama. Dan ini menjadi salah satu kelebihan signifikan bagi mall online. Ketika anda menjual sendiri di media sosial, belum tentu calon konsumen percaya. Sementara peran mendasar dalam transaksi online adalah kepercayaan.

Catatan yang bisa kita garis bawahi yaitu, bahwa *Marketplace* bukan penjual, bukan pula wakil dari penjual, marketplace hanya media yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dengan aturan tertentu.

Adapun terkait aturan di *Marketplace*, pada prinsipnya selama aturan itu tidak melanggar syariat, hukum asalnya dibolehkan dan aturan itu mengikat kedua belah pihak, sehingga wajib dilaksanakan. Karena setiap Muslim wajib mengikuti kesepakatan bersama yang mereka tetapkan. Sehingga, jika salah satu pelaku akad mengajukan syarat tertentu, lalu disepakati pihak kedua, maka syarat ini menjadi mengikat keduanya.

Lalu ada beberapa catatan lagi, yaitu keberadaan *Escrow* atau rekening bersama. *Escrow* ini termasuk ciri khas *Marketplace*. Tujuan besar *escrow* di *Marketplace* adalah untuk menjamin keamanan bagi semua pihak. Terutama para konsumen. Terlebih transaksi via online di masa sekarang, sangat berkaitan dengan penipuan. Ketika perusahaan Marketplace membuat pasar, tentu saja mereka ingin agar pasarnya aman dari keberadaan penipu.

Kita bisa tegaskan bahwa uang yang ditransfer konsumen ke rekber adalah nilai pembayaran untuk barang yang konsumen beli dari lapak yang ada di *Marketplace*.

Selanjutnya, kita bisa gunakan teori konsekuensi akad jual beli di catatan pertama, bahwa jika sudah terjadi akad jual beli, berarti telah terjadi perpindahan hak milik antara penjual dan konsumen. Dimana barang berpindah kepemilikan dari penjual ke konsumen, dan uang berpindah kepemilikan dari konsumen ke penjual.

Alhamdulillah, dari sini kita bisa menegaskan bahwa uang itu adalah milik penjual barang di *Marketplace*.

Simpulan

Catatan yang bisa kita garis bawahi yaitu, bahwa *Marketplace* bukan penjual, bukan pula wakil dari penjual, *marketplace* hanya media yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dengan aturan tertentu.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih atas dukungan pendanaan dan fasilitasnya sehingga penelitian ini berjalan dengan baik, kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta, Bapak Dr. Ma'mun Murod, M.Si
2. Ketua LPPM UMJ, ibu Prof. Dr. Ir. Tri Yuni Hendrawati, M.Si
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, FEB. UMJ Bapak Dr. Luqman Hakim, S.E, M.Si, Ak
4. Ketua Program Studi Akuntansi, FEB. UMJ Bapak Dr. M. Irfan Tarmizi, S.E, M.Si, Ak

Daftar Pustaka

Al Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia

Amir Syarifuddin, Garis-Garis Besar Fiqh, (Jakarta: Kencana, 2003)

Harta Haram Muamalat Kontemporer. Cetakan ke-22, Juli 2019. Dr. Erwandi Tarmizi, M.A. Penerbit P.T. Berkat Mulia Insani.

Oni Sahroni, & Adiwarmanto A. Karim, Riba, Gharar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah Analisis Fikih & Ekonomi

Fatwa DSN-MUI NO: 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah, NO: 09/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pebiayaan Ijarah dan NO: 52/DSN-MUI/III/2006 Tentang Akad Wakalah Bil Ujrah Pada Asuransi Syari'ah dan Reasuransi Syari'ah

Keputusan Majma' Al-Fiqh Al-Islami (Divisi Fikih Organisasi Kerjasama Islam/OKI) No. 51 (2/6) 1990

Ibnu Mas'ud & Zainal Abidin, Fiqih Madzhab Syafi'i, (Bandung: Pustaka Setia, 2007)

Imam Abi Zakaria al-Anshari, Fathu al-Wahab, (Surabaya: al-Hidayah)

Imam Ahmad bin Husain, Fathu al-Qorib al-Mujib, (Surabaya: al-Hidayah)

Zaini, Ahmad Afan. Jurnal Ummul Qura Vol IV, No. 2, Agustus 2014

