

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebahagiaan merupakan tujuan utama kehidupan manusia. Manusia akan memperoleh kebahagiaan ketika seluruh kebutuhan dan keinginannya terpenuhi, baik dalam aspek material seperti sandang rumah, dan kekayaan lainnya, maupun spiritual seperti ketenangan jiwa, kelapangan dada dan ketentraman hati. Dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang.

Kehidupan yang baik tidak mungkin tercapai hanya semata-mata mengandalkan kebutuhan material ekonomi saja.¹ Walau begitu, kebutuhan material juga menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia. Perdagangan atau jual beli (*tijarah*) merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang boleh dipilih dan dikerjakan dengan ketentuan dilakukan menurut syari'at dan tuntunan Allah dan Rasulullah.²

Jual beli ialah bisnis yang dilakukan di masyarakat sebagai wadah dan lahan yang menjadi tumpuan harapan hidup bisnis itu sendiri. Bisnis dilakukan oleh sekumpulan manusia yang memiliki nurani, akal budi, dan insting yang tajam pada unsur kemanusiaannya. Bisnis dan lingkungannya saling bergantung dan saling memerlukan eksistensi masing-masing. Antara bisnis dan masyarakat perlu

¹Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), h. 1

²Hamzah Ya'qud, *Etos Kerja Islam: Petunjuk Pekerjaan yang Halal dan Haram dalam Syari'at Islam*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1992), h. 26

ada hubungan yang harmonis, supaya terjamin keberlangsungan hidup bisnis dalam jangka panjang.³

Pada hakekatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para konsumen, kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.⁴

Motivasi utama dari kegiatan bisnis adalah laba. Laba didefinisikan sebagai perbedaan antar penghasilan dan biaya-biaya yang dikeluarkan, sehingga dalam bisnis, para pengusaha harus dapat melayani para pelanggan dengan cara yang menguntungkan untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu panjang, selain juga harus selalu mengetahui kesempatan-kesempatan baru untuk memuaskan keinginan pembeli.⁵

Kaum muslimin yang bergerak dalam bidang dagang wajib mengetahui hukum jual beli, karena dia harus mengetahui apa yang sah dan tidak dalam jual beli. Banyak sekali kaum muslim yang tidak mau tahu dengan peraturan perdagangan menurut Islam. Mereka melalaikan aspek ini sehingga tidak peduli cara mencari rizki yang diharamkan maupun yang diperbolehkan, walaupun usahanya makin lama makin meningkat. Padahal dalam Islam, kita diwajibkan mencari ilmu.⁶

³ Muhaimin, *Perbandingan Praktek Etika Bisnis Etnik Cina dan Pembisnis Lokal*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), h. 20

⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2005), h. 71

⁵ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 4

⁶ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, S.Pd, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 147-148

Jika kita tinjau pekerjaan dagang sebagai suatu bagian dari bisnis, maka pekerjaan dagang ini mendapat tempat terhormat dalam ajaran agama. Hal ini sebagaimana pada sabdanya:

عَنْ رَفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟
قَالَ : ((عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ)) رواه الام احمد بن حنبل .⁷

“Rif’ah bin Rafi’I menceritakan, bahwa Nabi Saw, pernah ditanya orang apakah usaha yang paling baik?” Jawab beliau: “Usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (halal).”⁸

Pada dasarnya hukum jual beli adalah mubah (boleh) jika dilakukan sesuai dengan tuntutan syariat Islam. Hal ini terlihat jelas didalam firman Allah surah *al-Baqarah* ayat 275 yang berbunyi:



Artinya:“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”⁹

Agama Islam mewajibkan setiap orang untuk bekerja, dan tidak ada peluang bagi orang yang beriman untuk menganggur. Islam juga menempatkan aktivitas bisnis dalam posisi yang amat dihargai di tengah kegiatan manusia mencari rezeki dalam kehidupan.¹⁰

⁷Imam Ahmad Ibnu Hanbal, *Musnad Ahmad*, (T.tp: Dar al-Fikr) vol. 4 h. 141.; Abi al-Fadhil Ahmad Bin Ali bin Hajar al-Asqalani, *Bulughul Maram*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1989), h. 165

⁸Machfuddin Aladip, *Terjemah Bulughul Maram*, (Semarang: CV. Toha Putra), h. 381

⁹ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir *Al-Qur’a>n*, *Al-Qur’a>n dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV. Atlas, 1971), h. 69

¹⁰M Ma’ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari’ah*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), h. 42.

Di Indonesia, sejak 2010 ramai masyarakat yang menggunakan *handphone BlackBerry* sebagai sarana komunikasi. *Handphone BlackBerry* mempunyai keunggulan aplikasi dibandingkan alat komunikasi lain seperti *handphone* dan sejenisnya. Diantara aplikasi *handphone BlackBerry* yang penting adalah *BlackBerry messenger* (BBM), dimana melalui *BlackBerry messenger* (BBM) pengguna dapat melakukan komunikasi dan transaksi bisnis seperti perdagangan dan jual beli secara mudah.

Walau begitu, pada awalnya masyarakat khususnya daerah Banjarmasin belum terlalu meminati *Handphone BlackBerry*, karena harganya yang tidak bisa dijangkau masyarakat kalangan menengah kebawah. Tetapi dengan semakin maraknya persaingan *Handphone* saat ini, harga *Handphone BlackBerry* pun semakin menurun. Hal ini diikuti oleh banyaknya masyarakat khususnya di Banjarmasin yang menggunakan *Handphone BlackBerry*. Salah satu alasan masyarakat memilih *Handphone BlackBerry* adalah karena layanan aplikasi *BlackBerry messenger* (BBM) yang diberikan cukup membantu untuk melakukan aktivitas sehari-hari terutama dibidang penjualan barang.

Pada awalnya para pengguna *Handphone BlackBerry* tersebut bersikap konsumtif, hanya tertarik untuk membeli setiap barang yang memiliki keunikan dan daya tarik yang ditawarkan oleh pengguna *BlackBerry messenger* lain.

Merekapun merasa puas karena produk yang ditawarkan sangat jarang ditemui dipasaran sedangkan mereka tidak perlu pergi kemana-mana untuk membelinya. Biasanya para produsen membeli pertama kali untuk dirinya sendiri,

dan setelah mereka puas dengan barang tersebut mereka pun memperjualbelikan barang itu melalui *Blackberry messenger* (BBM).

Salah satu pembeda antara ponsel BlackBerry dengan ponsel lainnya adalah tersedianya fitur layanan chat yang khusus diperuntukkan bagi pengguna BlackBerry. Dalam *BlackBerry messenger* (BBM) tersebut, kita bisa membentuk suatu komunitas dengan cara membentuk suatu group.¹¹ Dari group tersebut para penjual bisa memasarkan barang dagangannya dan melalui fitur BlackBerry (BBM) juga memungkinkan para penjual mengirim suatu file berbentuk foto.

Biasanya para konsumen cukup dengan menyebutkan kode barang, nama barang, dan jumlah yang ingin dipesan, sambil bernegosiasi dan tawar menawar produk, semakin banyak barang yang dipesan maka harga satuan barangnya semakin murah.

Para pebisnis tadi awalnya cuma main-main untuk memperoleh untung semata tetapi karena ketekunan dan keyakinan bahwa hasil yang diperoleh dari bisnis tersebut membawa berkah, dan dari situ lah para pebisnis ini melanjutkan bisnisnya sampai sekarang.

Tetapi di zaman sekarang ini sangat jarang kita temui pebisnis yang bersifat jujur seperti adanya kecacatan pada barang dan adil, mereka berbisnis semata-mata hanya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih, dan tidak memikirkan apa yang diinginkan pelanggan.

Dengan adanya bisnis ini para pebisnis harus bisa bersikap lebih kompetitif dan memperhitungkan biaya mekanisme operasional yang juga

¹¹Aunurrofiq Manzur, *Kendalihan Dagang Online dengan BlackBerry*, (Jakarta: PT Gramedia, 2011), h. 44

dibebankan pada harga barang yang bersangkutan. Untuk pertimbangan demikian perlu dibuat berkenaan barang apa yang dijual dan sepadan dengan keuntungan yang didapat. Di samping itu, bisnis melalui *BlackBerry messenger* (BBM) harus menjelaskan produk atau barang yang dijual dengan teks, foto, dan file multimedia.

Berbagai barang dengan nilai jual tinggi yang diperjualbelikan *online* melalui komputer misalnya: peralatan kecantikan, perabotan dan peralatan rumah tangga, pernak-pernik, obat-obatan, fashion dan aksesoris (pakaian, jam tangan, kacamata, sepatu, dan jaket).

Bisnis *online* melalui *BlackBerry messenger* mempunyai kelebihan tersendiri bagi pembeli nya karena tidak perlu berpergian untuk membeli produk tersebut secara langsung. Pembeli cukup menggunakan media elektronik *Handphone BlackBerry* yang sudah sangat canggih, dan berlangsung selama 24 jam sehari. Kekurangan dari bisnis ini adalah jika proses pengiriman barang terkendala, maka akan cukup menyita waktu. Selain itu, barang tidak dapat dipastikan 100% sama (bahan, warna, dan teksturnya). Hal ini terjadi karena teknis proses pemotretan. Bisnis online juga rawan terjadinya penipuan.

Dari gambaran latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang seluk-beluk atau mekanisme bisnis jual beli *online* menggunakan fasilitas *BlackBerry messenger* di Banjarmasin.

Adapun alasan yang melatar belakangi mengambil lokasi penelitian di daerah Banjarmasin karena di daerah ini marak adanya penjualan yang dilakukan melalui *handphone BlackBerry* (BBM).

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pelayanan serta produk *handphone BlackBerry* melalui (BBM). Dan apa saja yang menjadi kendala-kendala terhadap bisnis itu serta apa tinjauan ekonomi Islam tentang bisnis tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan dalam sebuah skripsi yang berjudul “BISNIS JUAL BELI MELALUI *HANDPHONE BLACKBERRY* DI KOTA BANJARMASIN (DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dirumuskanlah permasalahan penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pelayanan serta produk barang yang ditawarkan melalui *BlackBerry messenger* (BBM) terhadap pembeli di kota Banjarmasin?
2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam bisnis jual beli melalui *BlackBerry messenger* (BBM) di kota Banjarmasin?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap bisnis jual beli tersebut di kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pelayanan serta produk barang yang ditawarkan melalui *BlackBerry messenger* (BBM) terhadap pembeli di kota Banjarmasin.
2. Mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam bisnis melalui *BlackBerry messenger* (BBM) di kota Banjarmasin.
3. Mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap bisnis tersebut di kota Banjarmasin.

D. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam memahami maksud dari penelitian ini, maka penulis memberikan definisi operasional sebagai berikut:

1. Bisnis adalah usaha dagang, usaha komersial didunia perdagangan, bidang usaha.¹² Bisnis yang dimaksudkan di sini adalah bidang usaha perdagangan melalui *BlackBerry Messenger* (BBM).
2. Jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.¹³

¹²Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka,1990), h.138

3. BlackBerry merupakan perangkat seluler yang mempunyai fitur push mail, telepon, sms, *browsing internet*, *BlackBerry Messenger* (BBM).¹⁴
4. Kota Banjarmasin yang peneliti maksud ialah kota dimana ada beberapa kasus pada lima kecamatan yaitu kecamatan Banjarmasin Utara, Banjarmasin Barat, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Selatan, dan Banjarmasin Tengah.

E. Signifikansi Penelitian

Dari penelitian dilakukan ini, diharapkan dapat berguna sebagai:

1. Bahan informasi ilmiah dan kajian terapan dalam ilmu kesyari'ahan, khususnya dalam bidang bisnis dan jual beli.
2. Sebagai upaya untuk memberikan informasi kepada masyarakat bagaimana cara bisnis jual beli dalam ekonomi islam.
3. Bahan informasi bagi mereka yang ingin mengadakan penelitian lanjutan tentang masalah ini namun dari sudut yang berbeda.

F. Kajian Pustaka

¹³*Ibid.*, h. 419

¹⁴Aunurrofiq Manzur, *Op. Cit.*, h. 2

Melihat berbagai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah-masalah bisnis yang terjadi dilapangan, penulis menemukan beberapa skripsi mahasiswa S1 yang telah di munaqasyahkan sebagai berikut.

Penelitian Ma'rifah Yuliani (NIM. 0401156324) yang berjudul “konsep Bisnis Franchise (waralaba) dalam Perspektif Ekonomi Islam” penelitian ini membahas mengenai HKI dan keterlibatannya dalam konsep bisnis Franchise.

Penelitian yang dilakukan oleh Haisah (NIM. 0501156840) yang berjudul “Investasi pada Bisnis Intan Lihan” penelitian ini membahas bagaimana praktek intan lihan termasuk jenis akad mudharabah atau jenis akad yang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajar (NIM. 0501156821) yang berjudul “Bisnis Waralaba Kebab kings di Kota Banjarmasin (Tinjauan Ekonomi Islam)” penelitian ini membahas bagaimana cara memulai dan mengelola usaha ini, apakah usaha waralaba Kebab Kings di kota Banjarmasin juga menerapkan pembiayaan dan pembagian keuntungan.

Melihat beberapa penelitian terdahulu di atas, penelitian yang peneliti lakukan jelas berbeda. Di mana dalam penelitian ini menitik beratkan pada bisnis melalui *Handphone BlackBerry* di kota Banjarmasin dan apa saja yang menjadi kendala-kendala pada bisnis tersebut. Dengan demikian, terdapat pokok permasalahan yang sangat berbeda antara peneliti yang dikemukakan diatas dengan persoalan yang akan peneliti teliti.

G. Sistematika Penulisan

Sesuai dengan masalah yang dibahas, keseluruhan tulisan ini terdiri atas lima bab. Bab pertama merupakan Pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, definisi operasional, signifikansi penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab kedua merupakan landasan teoritis, bab ini terdiri dari sembilan sub bab. Sub bab pertama mengenai prinsip dan etika bisnis secara Islam, sub bab kedua tentang pengertian jual beli, sub bab ketiga tentang dasar hukum jual beli, sub bab keempat tentang rukun dan syarat jual beli, sub bab kelima macam-macam jual beli, sub bab keenam transaksi *as-Salam*, sub bab ketujuh transaksi *al-Istishna'*, sub bab kedelapan perbandingan *bai' as-Salam* dan *Bai' al-Istishna'*, dan sub bab kesembilan bisnis jual beli melalui internet.

Bab ketiga merupakan metode penelitian. Dalam bab ini dibagi atas enam sub bab. Sub bab pertama membahas tentang jenis, sifat dan lokasi penelitian. Sub bab kedua membahas tentang subjek dan objek penelitian. Sub bab ketiga membahas tentang data dan sumber data. Sub bab keempat membahas tentang teknik pengumpulan data. Sub bab kelima membahas tentang teknik pengolahan dan analisis data. Dan sub bab keenam merupakan tahapan penelitian.

Bab keempat Berisikan data-data yang dikumpulkan dari hasil pengamatan langsung dilapangan dan pelayanan yang diberikan pebisnis melalui *BlackBerry messenger* (BBM) terhadap pembeli yang datang.

Bab kelima adalah bab terakhir sebagai penutup. Dalam bab ini terbagi atas dua sub bab. Sub bab pertama kesimpulan dari semua pembahasan yang telah diuraikan, selanjutnya bab kedua dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu.