

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi memberi dampak yang cukup besar pada segala bidang, tidak terkecuali pada bidang teknologi. Teknologi kini berkembang sangat pesat, manusia sangat dimudahkan dalam menjalankan kehidupan sehari-hari dengan kemajuan telekomunikasi tersebut, manusia dalam berkomunikasi saling menyapa satu sama lain meskipun tidak berada di ruangan yang sama. Manusia juga dapat bekerja, bahkan dapat melakukan kegiatan muamalah di dunia maya berkat kehadiran teknologi yang semakin canggih. Teknologi tersebut memberikan kemudahan dan dampak yang positif bagi kehidupan manusia dalam memenuhi segala kebutuhannya.¹

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa memenuhi kebutuhannya tanpa bantuan dari manusia lainnya. Hal tersebut menandakan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang salah satunya dapat diamati dari munculnya kegiatan dalam bermuamalah yang termasuk didalamnya jual beli. Al-Qur'an pun telah memberikan petunjuk meskipun bersifat secara garis besar terkait permasalahan dalam ekonomi. Diantaranya yaitu memperbolehkan mencari rezeki dengan cara berdagang, melarang praktik riba, larangan terhadap orang yang menghambur-hamburkan harta, memerintahkan kepada manusia agar senantiasa bekerja agar tercukupinya nafkah dan lain sebagainya.² Pada dasarnya transaksi jual beli harus

¹ Teti, "Implementasi Khiyar Dalam Jual Beli Online (Studi Kasus Ketidaksesuaian Objek Pada Marketplace Shopee)" (Skripsi, Makassar, UIN Alauddin Makassar, 2020), hlm. 1.

² Ahmad Azhar Basyir, *Garis Besar Sistem Ekonomi* (Yogyakarta: BPFE, 1987), hlm. 15.

memiliki dasar atau prinsip kerelaan antara penjual dan pembeli. Dalam Al-Qur'an surah An-Nisa/ 4:29, Allah swt berfirman :³

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

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Semakin canggihnya perkembangan teknologi yang digunakan pada saat ini, sistem dalam perekonomian pun kini dapat dilakukan di dunia maya. Mulanya jual beli dilakukan di pasar, dengan pertemuan secara langsung antara penjual maupun pembeli, namun kini hal tersebut bisa dilakukan tanpa harus bertemu yaitu melalui dunia digital. Hanya menggunakan *handphone* dan internet antara penjual dan pembeli kini dapat bertransaksi menjual ataupun membeli barang ataupun jasa yang diinginkan.⁴ Tren dikalangan masyarakat Indonesia maupun dunia dalam beberapa tahun terakhir di kenal dengan jual beli online.⁵ Pada saat ini hampir semua produk yang menjadi kebutuhan manusia mulai dari jasa, kebutuhan sehari-hari, bahkan tiket akomodasi dapat di beli melalui *e-commerce*. Berbagai *marketplace* juga telah menyediakan wadah untuk penjual serta pembeli melakukan transaksi jual beli secara online diantaranya adalah shopee, bukalapak, Lazada, facebook, dan masih banyak lagi.

³ *Al-Quran Kemenag*.

⁴ Ni Putu Suci Meinarni dan Emmy Febriani Thalib, “Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Terkait Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia,” *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan* 7, no. 2 (24 Juli 2019): hlm. 195, <https://doi.org/10.29303/ius.v7i2.622>.

⁵ Muhammad Ihsan, “Transaksi Jual Beli Online Dalam Prespektif Hukum Islam,” *Jurnal Lex Justitia* 3, no. 1 (2021): hlm. 64, <https://doi.org/10.22303/lex%20justitia.3.1>.

E-commerce (Electronic commerce) merupakan sebuah inovasi dan temuan yang baru dalam dunia perdagangan dan dianggap melebihi perdagangan seperti umumnya di lakukan. Kebanyakan prinsip pada perdagangan yang dilakukan dengan cara tradisional dulu yang dikenal dikalangan masyarakat umum yakni perdagangan yang dilakukan dengan metode penjual dan juga pembelinya berjumpa dengan cara fisik ataupun dengan cara langsung. Pada masa ini beralih konsep menjadi sebuah telemarketing yaitu perdagangan jarak jauh dengan internet sebagai alat penghubungnya tanpa harus adanya pertemuan secara langsung antar pelaku bisnis. Dalam *e-commerce* sistem perdagangan yang dipergunakan adalah penandatanganan secara elektronik yang dimulai sejak saat pembelian barang atau jasa, pemeriksaan, hingga pengiriman.⁶

Di Indonesia, *e-commerce* berpotensi jauh lebih maju dan berkembang, karena nilai transaksinya meningkat dalam beberapa tahun belakangan. *Marketplace* ialah salah satu bisnis *e-commerce* yang penggunaanya terbesar di dunia. Menurut data yang diperoleh yang dipublikasikan *website* Katadata, nilai sektor ekonomi dalam *e-commerce* pada tahun 2022 meningkat sebesar 22% dibandingkan dengan tahun sebelumnya (*yoy/ year-on-year*) yang masih sebesar 48 miliar. Dibandingkan sebelum pandemi, nilai ekonomi *e-commerce* Indonesia di tahun 2022 bahkan meningkat 136% dari capaian tahun 2019 yang hanya sebesar 25 miliar.⁷ Aktifitas jual beli online memang sedang menjadi tren dikalangan

⁶ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), hlm. 4.

⁷ Cindy Mutia Annur, "Google Prediksi E-commerce Indonesia Terus Menguat sampai 2025," *Katadata Media Network* (blog), 28 Oktober 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/28/google-prediksi-e-commerce-indonesia-terus-menguat-sampai-2025>.

masyarakat selama beberapa tahun terakhir, salah satu *platform* yang memiliki banyak peminatnya di kalangan masyarakat Indonesia adalah *marketplace*.⁸

Indonesia memiliki potensi penjualan yang sangat besar, namun belum adanya dukungan dari peraturan perundang-undangan yang memadai. Hal tersebut disebabkan oleh belum adanya peraturan pada sektor *e-commerce* yang diterbitkan secara khusus untuk mengatur hal tersebut. Sampai dengan saat ini regulasi yang mengatur transaksi perdagangan elektronik hanya memuat Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Elektronik (*RPP Electronic Commerce*) tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Saat ini, kerangka utama peraturan perundang-undangan terkait kegiatan perdagangan elektronik masih mengacu pada UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Elektronik.⁹ Selain Undang-Undang tersebut, regulasi yang mengatur aktifitas transaksi pada *e-commerce* juga diatur dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.¹⁰

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur segala hal yang berkaitan dengan perdagangan baik offline maupun online. Pasal 65 dan 66 undang-undang tersebut secara khusus mengatur bisnis yang dilakukan secara online. Pasal 65 mengatur tentang data/informasi yang disediakan dalam bisnis online. Data/informasi yang diberikan dalam bisnis online harus lengkap dan benar.

⁸ Nur Alimah, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Seller Pada Marketplace" (Tesis, Makassar, Universitas Hasanuddin, 2020), hlm. 2.

⁹ Meinarni dan Febriani Thalib, "Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Terkait Peraturan Perundang-Undang Di Indonesia," hlm. 196.

¹⁰ Meinarni dan Febriani Thalib, hlm. 198.

Data yang dimaksud yaitu: identitas serta legalitas mitra usaha seperti produsen dan mitra usaha distribusi, persyaratan teknis barang yang ditawarkan, persyaratan teknis atau kualifikasi jasa yang ditawarkan, harga dan bentuk pembayaran barang dan/atau jasa, metode pengiriman barang. Jika data yang ditampilkan tidak lengkap atau benar, izin usaha dapat dicabut.¹¹ Berdasarkan ketentuan undang-undang tersebut di atas, dalam melakukan transaksi online, penjual wajib memberikan informasi yang benar serta lengkap kepada konsumen.¹²

Perkembangan zaman serta kemajuan teknologi juga telah membuat bertambahnya fungsi dari aplikasi facebook. Jika dahulu facebook hanya digunakan sebagai sarana bagi berbagai kalangan untuk bertukar kabar dan untuk mengunggah berbagai aktivitas yang dianggap penting. Namun pada saat ini telah berubah yakni semenjak ditambahkan fitur *marketplace* pada aplikasi facebook, yang mana diperuntukkan sebagai wadah bagi pengguna aplikasi facebook tersebut untuk melakukan kegiatan jual beli. Pada *marketplace* facebook tersebut dapat dijumpai berbagai macam barang yang ditawarkan oleh penjual. Hadirnya fitur *marketplace* pada aplikasi facebook tersebut tentunya semakin memberi kemudahan bagi siapa saja yang ingin membeli barang-barang ataupun jasa yang diperlukan hanya dengan telepon genggam yang dimiliki.

¹¹ Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

¹² Dewa Gede Ananta Prasetya, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi, dan Ni Made Puspasutari Ujianti, "Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online," *Jurnal Konstruksi Hukum* 3, no. 2 (29 Maret 2022): hlm. 367, <https://doi.org/10.55637/jkh.3.2.4838.365-370>.

Facebook berdiri pada tahun 2007 sampai saat ini mengalami perkembangan dalam bentuk fitur-fitur yang lebih sempurna.¹³ Kemudian, di tahun 2016 fitur *marketplace* di Facebook pertama kali diperkenalkan ke publik. Facebook Marketplace adalah pasar online yang memfasilitasi berbagai aktivitas jual beli bagi pengguna Facebook itu sendiri. Fitur *marketplace* di Facebook tercipta karena banyaknya aktivitas jual beli yang dilakukan oleh pengguna aplikasi Facebook.¹⁴ Hadirnya fitur *marketplace* pada aplikasi facebook memberikan fasilitas bagi penggunaannya agar dapat melakukan transaksi jual beli secara online. Facebook kini telah hadir sebagai *platform* media alternatif yang menawarkan situs jual beli yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat dari segala usia dan latar belakang.¹⁵

Pada *marketplace* facebook pembeli dapat menemukan produk berdasarkan lokasi. Kemudian terdapat pula fitur *masangger* yang dapat membantu penjual dan pembeli berkomunikasi sebelum melakukan transaksi. Mekanisme pembayaran pada *marketplace* facebook yang biasa dipergunakan adalah pembeli melakukan transfer dengan sejumlah uang yang sudah ditentukan dengan harga barang ataupun jasa yang disepakati dengan penjual, atau dilakukan secara *cash on delivery* (cod) sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Hal tersebut disebabkan karena pada *marketplace* facebook tidak menyediakan sistem pembayaran seperti *e-commerce* lainnya.

¹³ Joko Riyanto, "Analisa Sistem Aplikasi Marketplace Facebook Dalam Pengembangan Dunia Bisnis," *Jurnal Media Informatika Budidarma* 4, no. 4 (2020): hlm. 942, <https://doi.org/DOI.10.30865/mib.v4i4.2346>.

¹⁴ Arizal Arizal dkk., "Strategi Pemanfaatan Facebook Marketplace dalam Manajemen Periklanan," *Syntax Idea* 3, no. 6 (21 Juni 2021): hlm. 1281, <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1277>.

¹⁵ Dea Resti Piranda, Dessy Zulfianti Sinaga, dan Erga Eka Putri, "Online Marketing Strategy In Facebook Marketplace As A Digital Marketing Tool," *Journal Of Humanities, Social Sciences And Business (JHSSB)* 1, no. 3 (5 Maret 2022): hlm. 81, <https://doi.org/10.55047/jhssb.v1i2.123>.

Beberapa permasalahan yang tidak jarang ditemui pada transaksi jual beli *marketplace* facebook yakni terjadinya tindak kejahatan berupa penipuan dan wanprestasi. Hal tersebut terjadi disebabkan oleh tidak dapat dipastikan bahwa penjual tersebut menggunakan identitas dan informasi akun asli ataupun tidak, barang yang diperjual belikan benar-benar ada ataupun tidak, kemudian gambar dari barang yang di perjualbelikan sudah sesuai dan benar dengan kondisi barang aslinya ataupun tidak, kondisi barang yang ditawarkan apakah baik atau tidak, kemudian jika barang yang di jual tersebut tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan maka akan mengakibatkan kerugian material bagi si pembeli. Begitu juga sebaliknya dengan pembeli, apakah pembeli tersebut serius untuk membeli barang atau hanya untuk coba-coba saja, kemudian apakah identitas dan informasi akun yang digunakan oleh pembeli merupakan identitas atau informasi kontak yang asli atau hanya sengaja dibuat untuk mendapatkan keuntungan pribadi sehingga akan mengakibatkan kerugian bagi si penjual.¹⁶

Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan¹⁷ sangat jelas menyatakan bahwasannya data dan informasi yang diberikan kepada konsumen selaku pembeli itu harus akurat dan jelas. Namun, pada kenyataannya tidak jarang ditemui pada *marketplace* facebook penjual memberikan informasi yang tidak akurat dan tidak jelas pada barang yang ditawarkannya. Baik itu dari keterangan harga ataupun keterangan barang yang sedang ditawarkan, dan tidak jarang ditemui pula penggunaan gambar yang tidak sesuai dengan kondisi asli dari barang. Hal

¹⁶ Rifaldi, "Transaksi E-Commerce Pada Facebook Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (Skripsi, Makassar, UIN Alauddin Makassar, 2019), hlm. 5.

¹⁷ Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

tersebut tentunya menyalahi ketentuan dalam undang-undang yang mengatur hal tersebut. Di bawah ini merupakan contoh dari produk yang ditawarkan pada *marketplace* facebook.

Gambar 1.1 Contoh Produk Jual Beli Pada *Marketplace* Facebook



Sumber: *Marketplace* facebook

Rukun serta syarat harus terpenuhi pada saat melakukan kegiatan jual beli. Tidak hanya dua hal tersebut yang harus terpenuhi, namun ada etika yang juga harus

diperhatikan dalam melaksanakan kegiatan jual beli.¹⁸ Salah satu etika dalam jual beli adalah tidak menawar barang yang sedang ditawarkan oleh orang lain, hal tersebut juga merupakan jual beli yang dilarang. Dalam hadits Nabi saw bahwasannya telah melarang menawar barang yang masih dalam proses tawar menawar orang lain, yakni sebagai berikut:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- نَهَى أَنْ يَسْتَأْمَرَ الرَّجُلُ عَلَى سَوْمِ أَخِيهِ

“Dari Abu Hurairah sesungguhnya Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam melarang seorang itu menawar barang yang ditawarkan oleh muslim yang lain. (HR. Muslim, no.3889)”¹⁹

Pada pelaksanaan jual beli pada *marketplace* facebook, produk yang ditawarkan pada *marketplace* tersebut dapat dilihat oleh semua orang yang menggunakan aplikasi facebook. Produk-produk tersebut bisa ditawarkan bagi yang berminat dengan cara menghubungi penjual melalui fitur *masangger* yang telah disediakan. Sistem penjualan beberapa produk di *marketplace* facebook tersebut terdapat istilah “*siapa cepat dia dapat*”, hal tersebut disebabkan karena dari banyaknya penawaran yang ada hanya ada beberapa penawaran yang harganya sesuai dengan keinginan si penjual. Hal tersebut tentunya tidak sesuai dengan apa yang diajarkan dalam Islam, yakni tidak boleh menawar barang yang sedang ditawarkan dan hal tersebut termasuk jual beli yang dilarang. Selain itu, jual beli pada *marketplace* facebook juga tidak jarang terjadi tindak kejahatan berupa penipuan dan wanprestasi yang tentunya bisa menyebabkan kerugian pada salah satu pihak yang bertransaksi. Hal tersebut tidak sejalan dengan prinsip-prinsip jual beli dalam

¹⁸ Sukma Sari Dewi Chan, “Etika Penawaran Jual Beli dalam Telaah Hadits Ahkam,” *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (19 Februari 2019): hlm. 4, <https://doi.org/10.32332/adzkiya.v6i2.1282>.

¹⁹ Muslim, *Shahih Muslim* (Bairut, t.t.).

Islam, salah satunya yakni prinsip amanah seperti yang telah ada dalam firman Allah swt dalam Q.S al-Baqarah/ 2:283 yang berbunyi:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ ۖ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا ۖ فَرِهْنَ ۗ مَقْبُوضَةً ۗ فَإِنْ أَثِمَ بَعْضُكُم بَعْضًا ۖ فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۚ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ ۗ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۗ

*“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.*²⁰

Jual beli pada *marketplace* facebook memiliki banyak peminat baik itu mereka yang menjual barangnya pada *marketplace* facebook dan pembeli pada *marketplace* tersebut. Namun, terdapat beberapa informasi-informasi yang kurang jelas pada produk atau barang yang ditawarkan oleh penjual. Terdapat banyak penjual yang memberikan informasi terkait harga yang kurang jelas dan hal tersebut tentunya sulit untuk dipahami oleh pembeli dan dapat menimbulkan kesalahpahaman pembeli terkait harga. Selain informasi harga, penjual terkadang tidak mencantumkan terkait kualitas dan kuantitas dari produk atau barang yang ditawarkan.

Banjarmasin merupakan salah satu dari banyaknya kota di Indonesia dengan jumlah pengguna *marketplace* facebook yang banyak. Banyak dari masyarakat kota Banjarmasin memanfaatkan fitur *marketplace* pada facebook untuk melakukan kegiatan jual beli. Berdasarkan pengamatan awal yang telah dilakukan

²⁰ Al-Quran Kemenag.

oleh peneliti, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada di *marketplace* facebook pada pengguna di kota Banjarmasin. Permasalahan tersebut diantaranya adalah beberapa penjual menggunakan gambar untuk jual beli bukan gambar asli barang yang akan di jual. Kemudian permasalahan lainnya adalah harga yang tertera pada *platform marketplace* facebook tidak sesuai dengan harga yang disebutkan ketika tawar menawar.

Berdasarkan pada uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan jual beli pada *marketplace* facebook yang mana ditinjau berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan serta bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terkait dengan jual beli pada *marketplace* facebook tersebut. Kemudian peneliti ingin menjadikannya sebagai pembahasan dalam tesis dengan judul **“Jual Beli pada Marketplace Facebook Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Kota Banjarmasin)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah yang telah disebutkan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana jual beli pada *marketplace* facebook di kota Banjarmasin?
2. Apa faktor yang mempengaruhi jual beli pada *marketplace* facebook di kota Banjarmasin?

3. Bagaimana akibat dari jual beli pada *marketplace* facebook di kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka dalam hal ini tujuan yang ingin dicapai pada penelitian adalah untuk menganalisis:

1. Jual beli pada *marketplace* facebook di kota Banjarmasin.
2. Faktor yang mempengaruhi jual beli pada *marketplace* facebook di kota Banjarmasin.
3. Akibat dari jual beli pada *marketplace* facebook di kota Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Kegunaan hasil penelitian ini terdiri dari dua kegunaan yakni kegunaan teoritis serta kegunaan praktis seperti yang disebutkan dibawah ini:

1. Kegunaan Teoritis

Memberikan masukan berupa konsep, teori, serta metode terkait dengan jual beli pada *marketplace* facebook. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengembangan serta penalaran pengetahuan serta dapat menjadi bahan rujukan atau referensi bagi penelitian berikutnya khususnya yang berkaitan pada bidang hukum ekonomi syariah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Sebagai bahan informasi untuk kalangan akademisi dan praktisi serta masyarakat pada umumnya.

- b. Sebagai informasi serta bahan perbandingan untuk peneliti yang hendak melaksanakan penelitian lebih mendalam terkait perihal yang sama tetapi dengan sudut pandang yang berbeda.
- c. Sebagai bahan kontribusi dalam memperbanyak ilmu pengetahuan pada perpustakaan kampus UIN Antasari Banjarmasin secara umum serta perpustakaan pascasarjana UIN khususnya.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari akan kekeliruan serta kesalahan dalam memahami penelitian ini, penulis merasa perlu memberikan batasan istilah dalam penelitian ini. Batasan istilah ini adalah istilah-istilah yang memiliki kaitan erat dengan penegasan pada judul penelitian dan penulisan tesis ini. Batasan istilah tersebut yaitu:

1. Jual Beli menurut Pasal 20 ayat 2 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah adalah jual beli antara benda dengan benda atau pertukaran antara benda dengan uang.²¹ Jual beli dalam penelitian ini adalah pertukaran benda dengan benda atau benda dengan uang yang dilakukan melalui transaksi elektronik pada *marketplace* facebook. Adapun jual beli pada *marketplace* facebook dalam penelitian ini yakni jual beli yang dilakukan di kota Banjarmasin dengan melakukan wawancara terhadap 4 narasumber yang berada di kota Banjarmasin.

²¹ *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Mahkamah Agung Republik Indonesia Direktorat Jendral Badan Peradilan Agama, 2011), hlm. 10.

2. *Marketplace* adalah sebuah tempat pemasaran produk secara elektronik yang mana banyak penjual dan pembeli bertemu secara online untuk bertransaksi.²² *Marketplace* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tempat pemasaran produk secara elektronik, tempat penjual dan pembeli bertransaksi di aplikasi facebook yang dilakukan di kota Banjarmasin.
3. Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan merupakan undang-undang yang mengatur terkait perdagangan. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan adalah Pasal 65 dan 66 pada Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan yang mana mengatur terkait perdagangan melalui sistem elektronik.
4. Hukum Ekonomi Syariah merupakan sebuah kajian ilmu pengetahuan sosial yang mana didalamnya mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat berdasarkan nilai-nilai Islam.²³ Dalam penelitian ini analisis hukum ekonomi syariah yang penulis maksud adalah analisis hukum ekonomi syariah dengan menggunakan pendekatan fikih.

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran yang penulis lakukan, sehingga penulis mendapatkan beberapa penelitian yang bisa menjadi bahan perbandingan terhadap penelitian yang tengah dilakukan oleh penulis, ialah sebagai berikut:

²² Nuraida Wahyuni, "Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon," 2019, hlm. 32.

²³ M. Cholil Nafis, *Teori Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: UI-Press, 2011), hlm. 8.

1. Fadhel Achmad Ar Ridha, Tesis Magister Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2020, “*Jual Beli Nomor Kartu Keluarga dan Nomor Induk Kependudukan melalui Sosial Media (Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif)*”.²⁴ Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa adanya peluang dalam melakukan jual beli Nomor KK dan NIK, hal tersebut cukup menguntungkan. Setelah disahkannya PM No. 12 tahun 2016 tentang Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi yang mana dibutuhkan data NIK dan data KK untuk mengaktifkan kartu perdana, hal tersebut dimanfaatkan oleh oknum-oknum yang memiliki niat tidak baik. Hukum ekonomi syariah serta hukum positif sudah sangat jelas melarang transaksi tersebut. Terdapat kesamaan antara penelitian Fadhel Achmad Ar Ridha ini dan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, dimana sama-sama meneliti terkait jual beli online pada sosial media. Sedangkan perbedaan penelitian Fadhel Achmad Ar Ridha dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah penelitian Fadhel Achmad Ar Ridha ini dilakukan dengan meneliti jual beli nomor KK dan NIK, sedangkan penulis akan melakukan penelitian berkaitan dengan jual beli pada *marketplace* facebook.
2. Misbahul Ulum, Tesis Magister Agama Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020, “*Penerapan Prinsip-prinsip Jual Beli Online dalam Islam (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Islam di Indonesia)*”.²⁵ Penelitian ini memiliki tujuan

²⁴ Fadhel Achmad Ar Ridha, “Jual Beli Nomor Kartu Keluarga dan Nomor Induk Kependudukan melalui Sosial Media (Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif)” (Tesis, Banjarmasin, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2020).

²⁵ Misbahul Ulum, “Penerapan Prinsip-prinsip Jual Beli Online dalam Islam (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Islam di Indonesia)” (Tesis, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020).

yakni agar mengetahui prinsip jual beli online sesuai dengan ajaran Islam. Dalam penelitian Misbahul Ulum ini dilakukan analisis terkait dengan kesesuaian praktik jual beli online pada situs *e-commerce* Islam di Indonesia. Hasilnya adalah prinsip dalam jual beli online telah diimplementasikan pada praktik jual beli yang dilakukan pada situs *e-commerce* Islam di Indonesia. Penelitian ini tentunya mempunyai perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis diantaranya adalah penelitian ini meneliti prinsi pada jual beli online dalam Islam, sedangkan penulis melakukan penelitian terkait jual beli pada *marketplace* facebook yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Hukum ekonomi syariah. Selain perbedaan, terdapat pula kesamaan antara penelitian Misbahul Ulum ini dengan penelitian yang penulis lakukan yakni sama-sama meneliti terkait jual beli yang dilakukan secara online.

3. M. Munawir Ghozali, Tesis Magister Ekonomi Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon, 2021, “*Analisis Jual Beli Online pada Facebook Marketplace dalam Perspektif Ekonomi Syariah*”.²⁶ Penelitian Ghozali ini melakukan kajian terkait jual beli online pada facebook *marketplace* dalam perspektif ekonomi syariah. Penelitian M. Munawir Ghozali ini menemukan bahwasannya jual beli online pada facebook *marketplace* tentunya dapat memberikan kemudahan serta keuntungan bagi masyarakat, akan tetapi jika hal tersebut tidak sesuai dengan perspektif ekonomi syariah maka akan

²⁶ M. Munawir Ghozali, “Analisis Jual Beli Online pada Facebook Marketplace dalam Perspektif Ekonomi Syariah” (Tesis, Cirebon, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon, 2021).

menimbulkan kedzaliman serta kecurangan. Kemudian pada penelitian ini juga menemukan bahwasannya jual beli pada facebook *marketplace* ini berdasarkan pada jual beli salam, serta dianggap sah selama tidak ada faktor yang dapat merusaknya seperti riba dan lain sebagainya. Kesamaan antara penelitian M. Munawir Ghozali dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, yakni sama-sama melakukan penelitian terhadap *marketplace* facebook. Selain adanya persamaan, tentu penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Perbedaan tersebut adalah penulis akan melakukan penelitian terkait jual beli pada *marketplace* facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan hukum ekonomi syariah, sedangkan penelitian M. Munawir Ghozali melakukan penelitian terkait analisis jual beli online pada facebook *marketplace* dalam perspektif ekonomi syariah.

4. Muhammad Erfan, Tesis Magister Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Palangkaraya, 2021, "*Eksistensi dan Implementasi Nilai-nilai Khiyar pada Marketplace Jual Beli Daring di Situs Bukalapak*".²⁷ Penelitian ini menekankan pada eksistensi serta implementasi nilai-nilai *khiyar* pada *marketplace* Bukalapak. Nilai-nilai *khiyar* tersebut ada dan eksis pada transaksi Bukalapak yaitu dengan adanya fitur pembatalan transaksi ketika sudah dilakukannya pembayaran ataupun sebelum diproses barang tersebut, serta adanya tombol konfirmasi penerimaan barang serta pengajuann komplain apabila produk yang

²⁷ Muhammad Erfan, "Eksistensi dan Implementasi Nilai-nilai Khiyar pada Marketplace Jual Beli Daring di Situs Bukalapak" (Tesis, Palangkaraya, Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya, 2021).

diterima tidak sesuai. Nilai-nilai *khiyar* pada penelitian ini juga terimplementasi dan ditemukan adanya kesesuaian syariah pada sistem *marketplace* Bukalapak. Hal yang menjadi pembeda antara penelitian Muhammad Erfan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penelitian ini melakukan penelitian terkait eksistensi serta implementasi nilai-nilai *khiyar* pada *marketplace*. Sedangkan penulis akan melakukan penelitian terkait jual beli pada *marketplace* facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan hukum ekonomi syariah. Kemudian persamaan penelitian Muhammad Erfan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sama-sama melakukan penelitian terhadap *marketplace*.

5. Risma Oktavia, Skripsi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2022, “*Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (Pasal 65) Terhadap Praktik Jual Beli Produk Oriflame di Aplikasi Shopee*”.²⁸ Penelitian ini membahas terkait praktik jual beli pada produk oriflame yang dilakukan pada shopee kemudian dilakukan analisis hukum Islam serta Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (Pasal 65). Hasil penelitian Risma Oktavia menemukan bahwa akad yang dilakukan pada saat jual beli telah sesuai dengan hukum Islam dan dinyatakan sah dan telah memenuhi rukun serta syarat jual beli. Namun, menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (Pasal 65) ilegal karena telah melanggar ketentuan yang terdapat pada undang-undang

²⁸ Risma Oktavia, “Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (Pasal 65) Terhadap Praktik Jual Beli Produk Oriflamr di Aplikasi Shopee” (Skripsi, Surabaya, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022).

tersebut yaitu terkait data/ informasi. Penelitian Risma Oktavia ini memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu melakukan penelitian terkait Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. Kemudian perbedaannya yaitu Risma Oktavia melakukan penelitian terhadap aplikasi shopee, sedangkan penulis melakukan penelitian pada *marketplace* facebook.

6. Shinta Nova Andani, Skripsi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019, “*Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam pada Praktik Jual Beli di Facebook Marketplace*”.²⁹ Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana praktik pada bisnis yang dilakukan oleh para pedagang di facebook *marketplace* serta melakukan analisa terkait upaya penerapan etika bisnis Islam pada praktik jual beli di facebook *marketplace*. Hasil Penelitian Shinta Nova Andani menunjukkan bahwa jual beli online di facebook *marketplace* telah memenuhi rukunnya. Namun terdapat beberapa syarat sah yang belum terpenuhi, karena beberapa dari penjual memasarkan barang yang dilarang oleh agama Islam. Kemudian terdapat kekurangan dari jual beli pada facebook *marketplace* yakni kurangnya pengawasan terhadap jual beli pada facebook *marketplace* itu sendiri. Kesamaan penelitian Shinta Nova Andani dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh penulis yakni sama-sama melakukan kajian terkait jual beli pada *marketplace* facebook. Kemudian terdapat perbedaan antara penelitian Shinta Nova Andani dengan penelitian yang

²⁹ Shinta Nova Andani, “Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam pada Praktik Jual Beli di Facebook Marketplace” (Skripsi, Surabaya, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).

akan dilaksanakan oleh penulis yakni penelitian ini melakukan analisis terkait upaya penerapan etika bisnis Islam pada praktik jual beli di facebook *marketplace*, sedangkan penulis akan melakukan penelitian terkait jual beli pada *marketplace* facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang perdagangan dan hukum ekonomi syariah.

7. Dewa Gede Ananta Prasetya dkk, Jurnal Konstruksi Hukum, Volume 3 Nomor 2, 2022, “*Tinjauan Yuridis Industri E-commerce dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online*”.³⁰ Tulisan ini mengemukakan permasalahan yang terjadi yakni berupa bagaimana pengaturan hukum *e-commerce* di Indonesia serta akibat hukum yang terjadi apabila tidak tercapainya industri *e-commerce* sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Kemudian penelitian Dewa Gede Ananta Prasetya dkk ini menghasilkan bahwa regulasi hukum dalam industri *e-commerce* harus sangat diperhatikan berkaitan dengan barang dan jasa, hal tersebut dilakukan supaya tidak ada pihak yang akan dirugikan dalam transaksi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh penulis adalah penelitian Dewa Gede Ananta Prasetya dkk melakukan tinjauan yuridis terkait industri online sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan oleh penulis yakni analisis hukum ekonomi syariah terkait jual beli pada *marketplace* facebook. Persamaan penelitian Dewa Gede Ananta Prasetya dkk ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh penulis yaitu sama-sama melaksanakan penelitian terkait transaksi online.

³⁰ Dewa Gede Ananta Prasetya, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi, dan Ni Made Puspasutari Ujianti, “Tinjauan Yuridis Industri-Commerce Dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online,” *Jurnal Konstruksi Hukum* 3, no. 2 (2022): 365–70, <https://doi.org/10.22225/jkh.3.2.4838.365-370>.

8. Sudung Simatupang dkk, *Jurnal Ekbis*, Volume 22 Nomor 1, 2020, “*Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Facebook Marketplace And Its Influences On Buying Interest)*”.³¹ Tujuan dilakukannya penelitian Sudung Simatupang dkk adalah untuk mengetahui pengaruh hadirnya facebook *marketplace* terhadap minat beli. Hadirnya *marketplace* facebook ternyata memberikan pengaruh yang positif terhadap minat beli masyarakat. Penulis akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan *marketplace* facebook, hal tersebut menjadikan penelitian yang akan dilaksanakan oleh penulis dan penelitian Sudung Simatupang dkk memiliki kesamaan. Perbedaannya adalah penelitian Sudung Simatupang dkk mencari pengaruh hadirnya *marketplace* facebook terhadap minat pembelian sedangkan penulis akan peneliti tentang jual beli pada *marketplace* facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang perdagangan dan hukum ekonomi syariah.
9. Ramadhan Wardhana dan Dwi Desi Yayi Trarina, “*Justitia Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora*, Volume 8 Nomor 5, 2021, *Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Masker di Marketplace Facebook*”.³² Penelitian ini membahas terkait perlindungan terhadap konsumen yang melakukan jual beli online produk masker kesehatan di *marketplace* facebook. Hasil dari penelitian Ramadhan Wardhana dan Dwi Desi Yayi Trarina adalah dalam undang-undang perlindungan konsumen memang sudah semestinya para pelaku usaha

³¹ Sudung Simatupang, Efendi Efendi, dan Debi Eka Putri, “Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli,” *JURNAL EKBIS* 22, no. 1 (20 Maret 2021): 28, <https://doi.org/10.30736/je.v22i1.695>.

³² Ramadhan Wardhana, “Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Masker Di Marketplace Facebook,” *Justicia Sains: Jurnal Ilmu Hukum* 5, no. 2 (25 Agustus 2021): 336–49, <https://doi.org/10.24967/jcs.v5i2.1292>.

menyadari bahwasannya telah dilindungi oleh undang-undang tersebut. Hadirnya UU tersebut menjadi sebuah harapan agar kedepannya tidak ada lagi kasus-kasus yang menyebabkan kerugian pada konsumen *marketplace*. Persamaan penelitian Ramadhan Wardhana dan Dwi Desi Yayi Trarina dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh penulis, yakni dua-duanya membahas hal yang sama terkait dengan *marketplace* facebook. Selain adanya persamaan penelitian Ramadhan Wardhana dan Dwi Desi Yayi Trarina dengan penelitian penulis tentunya ada perbedaan diantara keduanya. Perbedaan tersebut adalah penelitian Ramadhan Wardhana dan Dwi Desi Yayi Trarina ini membahas terkait perlindungan konsumen sedangkan penulis membahas terkait jual beli pada *marketplace* facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan hukum ekonomi syariah.

10. Kasmawati dkk, *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding* (IJMMU), Volume 9 Nomor 8, 2022, *Legal Protection of Marketplace Consumer Personal Data in Indonesia*.³³ Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan memahami perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen *marketplace* di Indonesia. Hal ini dikarenakan data konsumen yang tidak terlindungi secara aman yang menjadi sebuah permasalahan, perlindungan data pribadi konsumen yang mana dapat diakses oleh pihak ketiga yang dapat menimbulkan kerugian. Serta aturan hukum yang menjadi dasar perlindungan hukum. Penelitian ini tentunya memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan

³³ Kasmawati dkk., "Legal Protection of Marketplace Consumer Personal Data in Indonesia," *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding* 9, no. 8 (2022).

dilakukan oleh penulis yakni penelitian ini membahas terkait perlindungan data pribadi *marketplace* di Indonesia. Sedangkan penulis akan melakukan penelitian terkait jual beli pada *marketplace* facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan hukum ekonomi syariah. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas terkait *marketplace*.

Tabel 1.1: Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Penulis	Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Jual Beli Nomor Kartu Keluarga dan Nomor Induk Kependudukan melalui Sosial Media (Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif)	Fadhel Achmad Ar Ridha	2020	Membahas terkait jual beli online pada sosial media	Membahas jual beli nomor KK dan NIK, sedangkan penulis akan melakukan penelitian terkait jual beli pada <i>marketplace</i> facebook.
2	Penerapan Prinsip-prinsip Jual Beli Online dalam Islam (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Islam di Indonesia)	Misbahul Ulum	2020	Membahas terkait jual beli yang dilakukan secara online	Membahas prinsip-prinsip jual beli online dalam Islam, sedangkan penulis membahas terkait jual beli pada <i>marketplace</i> facebook yang ditinjau dari UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Hukum

					ekonomi syariah.
3	Analisis Jual Beli Online pada Facebook <i>Marketplace</i> dalam Perspektif Ekonomi Syariah	M. Munawir Ghozali	2021	Membahas <i>marketplace</i> facebook	Penulis akan melakukan penelitian terkait jual beli pada <i>marketplace</i> facebook ditinjau dari UU Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan hukum ekonomi syariah, sedangkan penelitian ini melakukan penelitian terkait analisis jual beli online pada facebook <i>marketplace</i> dalam perspektif ekonomi syariah.
4	Eksistensi dan Implementasi Nilai-nilai Khiyar pada <i>Marketplace</i> Jual Beli Daring di Situs Bukalapak	Muhammad Erfan	2021	Membahas <i>marketplace</i>	Membahas eksistensi dan implementasi nilai-nilai khiyar pada <i>marketplace</i> . Sedangkan penulis akan melakukan penelitian terkait jual beli pada <i>marketplace</i> facebook.
5	Analisis Hukum Islam dan Undang-	Risma Oktavia	2022	Membahas terkait Undang-	Membahas aplikasi shopee,

	Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (Pasal 65) Terhadap Praktik Jual Beli Produk Oriflamr di Aplikasi Shopee			Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan	sedangkan penulis membahas <i>marketplace</i> facebook
6	Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam pada Praktik Jual Beli di Facebook <i>Marketplace</i>	Shinta Nova Andani	2019	Mengkaji terkait jual beli pada <i>marketplace</i> facebook	Melakukan analisis terkait upaya penerapan etika bisnis Islam pada praktik jual beli di facebook <i>marketplace</i> , sedangkan penulis akan melakukan penelitian terkait jual beli pada <i>marketplace</i> facebook ditinjau dari UU Nomor 7 Tahun 2014 Tentang perdagangan dan hukum ekonomi syariah
7	Tinjauan Yuridis Industri <i>E-commerce</i> dalam Melakukan Kegiatan	Dewa Gede Ananta Prasetya dkk	2022	Membahas terkait transaksi online	Membahas tinjauan yuridis terkait industri online sedangkan penulis membahas analisis hukum

	Transaksi Online				ekonomi syariah terkait jual beli pada <i>marketplace</i> facebook
8	Facebook <i>Marketplace</i> Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (<i>Facebook Marketplace And Its Influences On Buying Interest</i>)	Sudung Simatupang dkk	2020	Membahas <i>marketplace</i> facebook	Membahas pengaruh hadirnya <i>marketplace</i> facebook terhadap minat pembelian sedangkan penulis membahas jual beli pada <i>marketplace</i> facebook ditinjau dari UU Nomor 7 Tahun 2014 Tentang perdagangan dan hukum ekonomi syariah.
9	Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Masker di <i>Marketplace</i> Facebook.	Ramadhan Wardhana dan Dwi Desi Yayi Trarina	2021	Membahas terkait <i>marketplace</i> facebook	Membahas terkait perlindungan konsumen sedangkan penulis membahas terkait jual beli pada <i>marketplace</i> facebook ditinjau dari UU Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan hukum ekonomi syariah

10	<i>Legal Protection of Marketplace Consumer Personal Data in Indonesia</i>	Kasmawati dkk	2022	Membahas terkait <i>marketplace</i>	Membahas terkait perlindungan data pribadi <i>marketplace</i> di Indonesia. Sedangkan penulis akan melakukan penelitian terkait jual beli pada <i>marketplace</i> facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan hukum ekonomi syariah
----	----------------------------------------------------------------------------	---------------	------	-------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Data diolah oleh penulis (2023).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan di atas, maka ditemukan beberapa hal yang menjadi pembeda antara penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis laksanakan. Perbedaan penelitian-penelitian terdahulu yang telah disebutkan di atas dengan penelitian yang akan penulis laksanakan adalah dari sudut pandang dan pembahasan permasalahan yang berbeda. Pembahasan pada tesis ini fokus mengkaji dan menganalisis jual beli pada *marketplace* facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan hukum ekonomi syariah.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan tesis ini dilakukan dengan cara sistematis yang mana didalamnya terdiri dari lima bab, yakni:

Bab I sebagai pendahuluan, pada bab ini terdapat beberapa sub bab yang mana didalamnya berisikan: pertama, latar belakang masalah, yang merupakan penjabaran awal terkait permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Kedua, rumusan masalah yang lahir berdasarkan uraian dari latar belakang permasalahan. Ketiga, terdapat pula tujuan penelitian yang sejalan dengan rumusan masalah yang ada, kemudian dalam bab ini terdapat signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan, dan sistematika penulisan dalam penelitian.

Bab II merupakan landasan teori, yang didalamnya akan diuraikan masalah-masalah yang memiliki hubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori penunjang dan relevan baik itu dari buku ataupun literatur yang memiliki kaitan dengan masalah dalam penelitian ini, serta sebagai sumber informasi dan referensi. Pada penelitian ini menggunakan teori jual beli, jual beli online dalam Islam, *marketplace*, pasal 65 dan 66 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, serta kerangka pikir.

Bab III merupakan metode penelitian, didalamnya berisikan pendekatan penelitian serta jenis penelitian, kemudian lokasi penelitian yang menjelaskan lokasi dimana penelitian ini dilakukan. Kemudian terdapat pula data dan sumber data yang menjelaskan data-data dalam penelitian serta sumber dari data tersebut didapatkan. Kemudian selanjutnya adalah teknik pengumpulan data yang

didalamnya dijelaskan terkait bagaimana teknik-teknik dalam mengumpulkan data dalam penelitian. Kemudian analisis data, serta yang terakhir yaitu pengecekan keabsahan data.

Bab IV berisi tentang paparan data dan analisis data. Pada bab ini akan diuraikan paparan data berupa gambaran umum lokasi penelitian, dan hasil wawancara. Kemudian hasil analisis data yakni membahas tentang jual beli pada *marketplace* facebook di kota Banjarmasin, akibat dari jual beli pada *marketplace* facebook di kota Banjarmasin, dan faktor yang mempengaruhi jual beli pada *marketplace* facebook di kota Banjarmasin.

Bab V sebagai penutup dalam penulisan ini didalamnya terdapat kesimpulan serta saran. Penulis akan menyampaikan kesimpulan dari penelitian ini, yang mana hal tersebut menjadi jawaban dari rumusan masalah yang telah disampaikan pada bab I. Kemudian dalam bab lima ini juga sekaligus menyampaikan beberapa saran dari penulis kepada lembaga terkait, civitas akademik, dan masyarakat pada umumnya.