



Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Jasa Makelar Jual Beli Mobil Bekas Medsos

Indah Nur Fauziah, Nanik Eprianti, Iwan Permana*

Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 01/03/2023

Revised : 07/07/2023

Published : 18/07/2023



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2

No. : 1

Halaman : 27 - 34

Terbitan : Juli 2023

ABSTRAK

Pada praktiknya transaksi, pihak makelar seringkali tidak transparan dalam menawarkan mobil kepada konsumen dengan tidak memberikan keterangan secara objektif terkait kondisi kendaraan yang sebenarnya, sehingga konsumen merasa dirugikan. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mekanisme jasa makelar dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial, dan untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam pada jasa makelar dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis untuk meninjau sejauhmana tingkat kesesuaian mekanisme jasa makelar dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme jasa makelar dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial khususnya yang terjadi pada akun FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X dilakukan melalui dua cara yang memberikan peluang pihak makelar mendapatkan fee dari penjual maupun pembeli, dan mekanisme jasa makelar dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial khususnya yang terjadi pada akun FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X belum sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis islam terutama dari aspek prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kejujuran.

Kata Kunci : Etika; Makelar; Mobil Bekas

ABSTRACT

In transaction practice, brokers are often not transparent in offering cars to consumers by not providing objective information regarding the actual condition of the vehicle, so that consumers feel disadvantaged. Based on this, this study aims to determine and analyze the mechanism of brokerage services in buying and selling used cars through social media, and to find out the review of Islamic business ethics on brokerage services in buying and selling used cars through social media. The research method used is analytical descriptive to review the suitability of the broker's service mechanism in buying and selling used cars through social media with the principles of Islamic business ethics. The results of the study show that the mechanism of brokerage services in buying and selling used cars through social media, especially what happens on the FB account of Bandung X Used Car Buying and Selling is carried out in two ways which provide opportunities for the broker to get fees from both the seller and the buyer, and the brokerage service mechanism in buying and selling used cars through social media, especially what happened to the Bandung X Used Car Buying and Selling FB account, are not in accordance with the principles of Islamic business ethics, especially from the aspect of the principles of justice, the principle of free will, the principle of responsibility, and the principle of honesty.

Keywords : Ethics; Realtors; Used Cars

A. Pendahuluan

Salah satu bentuk bisnis dalam islam adalah perdagangan (jual beli), kemudian Allah mensyariatkan perdagangan atau jual beli untuk meraih berbagai kemashalatan. Agar tidak menemukan jalan yang salah dalam meraih apa yang kita butuhkan, maka oleh karena itu harus adanya sistem yang memungkinkan disetiap individu membutuhkan apa yang dibutuhkann dengan jalan yang bear. Maka dari itu munculah perdagangan (jual beli) dan aturan-aturan jual beli dalam islam.

Di dalam etika bisnis islam itu yang terpenting adalah kejujuran, karena jika tidak menerapkan kejujuran pada suatu bisnis itu akan hancur. Yang mana pengertian kejujuran itu adalah sikap yang sebenar-benarnya terjadi atau berdasarkan fakta dan tidak menyalahi fakta yang terjadi. Jika ingin menjalankan suatu bisnis harus didasarkan oleh sikap jujur (kejujuran). Kecurangan dalam bisnis itu akan memunculkan mala petaka yaitu kehancuran bisnis yang dijalani, karena kelancaran dan keberhasilan bisnis itu harus didasarkan oleh kepercayaan. Jika tidak diterapkan kejujuran dan kepercayaan oleh semua pihak maa bisnis yang dijalankan tersebut akan hancur. Didalam ajaran islam bahwa dalam menjalankan suatu usaha atau berbisnis dalam memproduksi barang dan proses penjualannya harus ada etika yang harus diterapkan atau dipraktikkan sebagai muslimin yang taat pada ajaran agama islam khususnya dalam menjalan kan suatu usaha mengenai etika berbisnis dalam islam.

Kegiatan transaksi bisnis yang dilakukan manusia terkadang tidak bisa dilakukan secara langsung antara penjual dengan pembeli karena beberapa hal seperti tidak adanya kecockan waktu untuk melakukan transaksi, sehingga diantra keduanya memerlukan mediator atau perantara. Perantraa daalam transaksi tersebut biasanya disebut dengan istilah makelar yang menjebatani penjual dan pembeli, dimana padaa saat ini sangaat penting perannya karena terikatnyaa perhubungan perdaagangaan antaara pedagaang kolektif dengan pedagang perorangan. Faktor lain diperlukannya jasa maklear dalam kegiatan transaksi bisnis atau jual beli dapat dilihat dari prespektif kedua belah pihak, yaitu dari sisi pihak pembeli, jasa makelar diperlukan mmemberikan informasi terkait objek barang yang akan dibelinya. Sedangkan daari sisi penjual, jasa makelar diperlukan untuk menawarkan barang yang akan dijualnyaa.

Kegiatan jual beli merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan manusia sejak lama dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Terkait hal tersebut, agama Islam yang memiliki dimesi ajaran yang komprehensif mengatur ketentuan-ketentuan yang harus dijalankan umatnya dalam melakukan kegiatan jual beli. Selain mengatur mengenai sah-tidaknya suatu transaksi jual beli dilakukan, ajaran Islam pun mengajarkan kepada setiap individu yang melakukan kegiatan jual beli untuk dapat berperilaku sesuai dengan prinsip keislaman. Dalam hal ini, nilai-nilai yang menjadi landasan perilaku tiap individu dalam melakukan transaksi jual beli tersebut kemudian dikenal dengan etika bisnis Islam.

Terkait uraian di atas, maka dapat dikatakan bahwa aktivitas jual beli dalam Islam tidak hanya harus dilakukan sesuai dengan ketentuan menurut syariah, atau hukum Islam tetapi juga harus disertai dengan perilaku para pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam yang selanjutnya disebut dengan etika bisnis Islam. Dimensi nilai-nilai etika bisnis Islam tersebut melingkupi kepercayaan, keadilan dan kejujuran (Amalia, 2014). Salah satu bentuk transaksi jual beli yang harus disertai dengan penerapan etika bisnis Islam tersebut adalah jual beli yang memerlukan perantara seperti jual beli mobil bekas melalui sosial media khususnya facebook.

Posisi makelar dalam kegiatan transaksi jual beli memiliki fungsi yang strategis, sehingga hal ini mendorong perantara untuk mendapatkan upah yang bisa didapatkan dari kedua belah pihak baik dari pihak penjual ataupun pembeli tergantung dari fungsi yang dijalankan pihak makelar itu sendiri. Praktik penggunaan perantara dalam kegiatan jual beli mobil bekas di media sosial terindikasi belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam karena terdapat indikasi tidak terbuka dan melakukan penyampaian informasi yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Kegiatan seorang makelar dalam traansaksi jual beli pada saat ini juga terjadi pada sector bisnis jual beli mobil bekas melalui media sosial. Dalam hal ini, perantra atau makelarmempunyai tugas untuk memenuhi permintaan pembeli, seperti menerima pesanan unit mobil bekas yang ditawarkan. Disisi lain, makelar pun berfungsi sebagai marketing atau pemasar dari pihak penjual (showroom) yang menjual mobil

bekas melaalui media sosial tersebut. Akan tetapi, paada praktiknya, terdapat beberapa makelar yang memainkan harga secara sepihak demi kelebihan keuntungan yang didapat oleh pihak makelaar sendiri.

Adanya praktik jual beli mobil bekas memakai perantara makelar melalui media sosial salah satunya adalah yang dilakukan pemilik akunnya berdomisili di Permata Kopo 1 Kab Bandung yaitu admin pengelola grup Facebook Jual Beli Mobil Bekas Bandung X. Dalam hal ini, pihak makelar tersebut sering kali tidak transparan dalam menawarkan mobil kepada konsumen dan menyampaikan informasi mengenai keadaan mobil kepada konsumen dengan tidak memberikan keterangan secara objektif terkait kondisi kendaraan yang sebenarnya, sehingga konsumen tersebut merasa dirugikan. Padahal dari pihak penjual telah menyebutkan kekurangan yang ada pada mobil bekas tersebut kepada makelar tersebut.

Oleh karena itu, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perilaku makelar dalam jual beli mobil bekas melalui akun facebook Jual Beli Mobil Bandung X ditinjau berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis islam.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut (1) “Bagaimana mekanisme jasa makelar dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial?” (2) “ Bagaimana tinjauan etika bisnis islam pada jasa makelar dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial?”. Selanjutnya, dengan memfokuskan penelitian yang bertujuan sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis mekanisme perantara dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial. (2) Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam pada jasa perantara dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif yaitu pendekatan penelitian yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini (Natsir, 2001).

Jenis data penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi lapangan (field research), yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan atau disuatu tempat yang dipilih sebagai lokasi penelitoan tersebut untuk diambil datanya yang dilakukan secara sistematis.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung didapatkan dari pihak konsumen dan pihak penjual yang menawarkan penjualan mobil bekas melalui grup jual beli mobil bekas bandung X dan admin grup selaku makelar. Sedangkan sumber data sekunder didapatkan dari buku, skripsi, jurnal dan lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, diantaranya yaitu observasi yang dilakukan peneliti langsung terjun kelapangan untuk mengamati langsung perilaku dan aktivitas individu dilokasi penelitian ; wawancara yang dilakukan kepada pihak pihak yang terkait dengan dengan jual beli mobil bekas pada grup bandung X dan admin grup selaku pemilik showroom X dan makelar ; dokumentasi untuk memperoleh data data yang terkait dengan pelaksanaan jual beli mobil bekas pada grup fb jual beli mobil bekas bandung X ; dan juga studi kepustakaan untuk meneliti sumber-sumber literature, yaitu yang berkaitan dengan teori-teori yang relevan mengenai prinsip-prinsip etika bisnis islam pada kegiatan jual beli barang mobil bekas.

Dalam hal ini meneliti praktik jual beli mobil bekas pada grup jual beli mobil bekas Bandung X dan admin grup selaku pemilik Showroom X dan makelar ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis islam. Kemudian setelah seluruh data yang menunjang penelitian ini terkumpul, maka dilakukan analisis secara kualitatif dengan teknik triangulasi, yaitu pemeriksaan keabsahan data dengan berbagai pembanding terhadap data yang diperoleh dari hasil wawancara dari beberapa informan, kemudian mengecek kebenaran data-data yang diperoleh (Moleong, 2017).

C. Hasil dan Pembahasan

Analisis Mekanisme Jasa Makelar Dalam Jual Beli Mobil Bekas Melalui Media Sosial

Jual beli mobil bekas melalui media sosial dilakukan pada aplikasi Facebook dengan akun grup komunitas bernama Jual Beli Mobil Bekas Bandung X. Kegiatan forum di grup komunitas Facebook ini sudah berlangsung sejak 2016 dan sudah memposting lebih dari 1000 postingan penjualan mobil berbagai merk dan type. Salah satu akun Grup Facebook yang melakukan kegiatan atau konten jual beli mobil bekas khususnya di salah satu kawasan Bandung adalah Grup Facebook Jual Beli Mobil Bekas Bandung X dengan domisili admin di Permata Kopo 1 Kabupaten Bandung.

Adapun posisi makelar pada kegiatan jual beli mobil bekas melalui forum Grup Facebook Jual Beli Mobil Bekas Bandung X dijalankan oleh pihak admin akun grup Facebook tersebut. Dalam melakukan praktik perantaranya, pihak admin memposting mobil-mobil para member grup yang akan dijual dengan melakukan editing foto gambar serta konten redaksi penawaran mobil agar terlihat lebih menarik, sehingga banyak orang yang men-like postingan tersebut dan postingan tersebut muncul di beranda teman Facebook member dari grup Facebook (FB) Jual Beli Mobil Bekas Bandung X. Sampai saat ini, postingan penjualan mobil bekas pada grup tersebut sudah mencapai lebih dari 1000 postingan dengan jumlah komen rata-rata 10 komen per satu postingan. Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa kegiatan jual beli mobil bekas dengan perantara admin grup FB yang bertindak sebagai makelar telah banyak diminati masyarakat.

Sistem penjualan dilakukan pihak admin grup FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X dilakukan melalui 2 (dua) sistem yaitu pertama, pengelola langsung membeli sejumlah mobil yang juga merupakan pemilik salah satu showroom di daerah Permata Kopo 1 Kabupaten Bandung kemudian mobil tersebut diposting melalui akun FB jual beli Mobil Bekas Bandung X. Kedua, ada juga yang dititipkan melalui postingan halaman FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X yang dititipkan melalui postingan di halaman FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X tersebut. Pihak admin pun melakukan jasa penjualan mobil melalui mekanisme jual-beli melalui perantara di Showroom X, yang dimana konsumen meminta pemilik akun untuk mencarikan mobil yang diinginkan oleh konsumen, dan pembicaraan berkisar pada kondisi fisik mobil sebelum beralih ke kualitas mesin dan diakhiri dengan janji atau kontrak timbal balik antara kedua belah pihak untuk menemukan barang yang mereka minta.

Pengurus grup Fb jual beli mobil bekas di Bandung X setelah menerima mobil yang dipesan pembeli yang mana sekaligus pemilik Showroom X dengan membawa serta pemilik mobil (penjual) untuk melangsungkan transaksi yang mana makelar tersebut menghubungi pihak pembelinya (konsumen). Dengan demikian, maka pihak admin akan memiliki peluang mendapatkan fee dari transaksi tersebut juga akan diperoleh dari pihak calon pembeli mobil bekas tersebut, selain dari fee atau biaya postingan yang diberikan pihak penjual mobil. Sedangkan jika terjadi sebaliknya yaitu tidak terjadi kesepakatan dalam transaksi dinyatakan gagal atau tidak mendapatkan upah, dalam transaksi tawar menawar pemilik Showroom X ikut aktif seperti halnya meyakini pembeli atas mobil yang dijual oleh pemilik mobil demi mendapatkan upah dari kedua belah pihak.

Akan tetapi jika terjadi permasalahan dimana pihak pembeli complain mengenai kondisi mobil yang tidak sesuai dengan deskripsi yang terdapat pada postingan tersebut maka pihak makelar menyatakan bahwa postingan tersebut ditulis berdasarkan dengan kondisi mobil ketika dicek dilokasi pemilik mobil selaku penjual setelah pihak pemilik mengirimkan data-data deskripsi mobil untuk dipublish di Fb dan posisi mobil bekas tersebut berada pada garasi pemilik mobil. Sehingga pihak makelar merasa tidak memiliki tanggung jawab jika kondisi mobil menjadi berbeda. Hal ini pun dibantah oleh pihak penjual mobil tersebut.

Berdasarkan uraian analisis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa mekanisme jasa makelar dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial yang terjadi pada akun grup FB dilakukan dengan 2 mekanisme yaitu (1) Penjualan dengan sistem mobil yang langsung dibeli oleh pihak admin dan penawarannya dilakukan dengan posting melalui akun Fb dan (2) Melalui sistem dimana mobil salah satu member grup Fb yang dititipkan melalui postingan di halaman grup fb tersebut. Kedua sistem tersebut memberikan peluang kepada pihak admin selaku makelar memperoleh kemungkinan pemberian fee dari pihak penjual maupun pihak pembeli.

Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Mekanisme Jasa Makelar dalam Jual Beli Melalui Media Sosial

Di dalam etika bisnis islam itu yang terpenting ialah kejujuran, karena jika tidak menerapkan kejujuran pada sebuah bisnis itu akan hancur. Yang mana pengertian kejujuran adalah sikap yang sebenar-benarnya terjadi atau berdasarkan fakta dan tidak menyalahi fakta yang terjadi. Jadi jika ingin menjalankan suatu bisnis harus di dasarkan oleh sikap jujur (kejujuran). Kecurangan dalam berbisnis itu akan memunculkan mala petaka yaitu kehancuran bisnis yang di jalani, karena kelancaran dan keberhasilan bisnis itu harus di dasarkan oleh kepercayaan. Jika tidak diterapkan kejujuran dan kepercayaan oleh semua pihak maka bisnis yang dijalankan tersebut akan hancur.

Kegiatan seorang makelar dalam kegiatan transaksi jual beli pada saat ini juga terjadi pada sector bisnis jual beli mobil bekas melalui media sosial. Dalam hal ini, perantara atau makelar mempunyai tugas untuk memenuhi permintaan pembeli, seperti menerima pesanan unit mobil bekas yang diinginkan, informasi spesifikasi kendaraan, negosiasi harga kendaraan, maupun keuntungan yang didapat dalam transaksi jual beli mobil bekas yang ditawarkan.

Kegiatan jual beli mobil menggunakan perantara pada media sosial seperti yang terjadi di grup FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X pada dasarnya boleh dilakukan. Hal ini sebagaimana dengan kaidah fikih muamalah yang menyatakan bahwa:

الْأَصْلُ فِي الْأَشْيَاءِ (فِي الْمُعَامَلَاتِ) الْإِبَاحَةُ، إِلَّا مَا دَلَّ الدَّلِيلُ عَلَى خِلَافِهِ

Artinya: Asal dari kegiatan muamalah adalah boleh, sepanjang tidak ada dalil yang menunjukkan pelarangan atau pengharaman (Ash-Shiddiqie, 1984).

Sejalan dengan uraian di atas, Fatwa Komisi Arab Saudi, Al Lajnah Ad Daimah, menjelaskan bahwa jika seorang pedagang membayar kepada perantara sejumlah uang tertentu untuk setiap barang yang dijual langsung oleh perantara sebagai kompensasi atas kerja keras yang dilakukan, dan uang tersebut tidak ditambahkan pada biaya barang tersebut dan juga tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain yang membeli barang tersebut, boleh atau tidak dilarang (Tuasikal, 2022). Menurut informasi yang peneliti himpun, usaha jual beli kendaraan melalui calo yang bertugas sebagai pengurus grup Facebook Jual Beli Mobil Bekas Bandung X memenuhi rukun dan syarat jual beli, ada ijab dan qabul dari pihak-pihak yang bertransaksi ada pihak yang melakukan transaksi yaitu pembeli, penjual, dan perantara, dan terakhir barang yang dijadikan objek transaksi jelas.

Akan tetapi, jika ditinjau dari aspek syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh unsur-unsur dalam kegiatan jual beli mobil bekas melalui perantara tersebut, pada kenyataanya kegiatan jual beli mobil bekas pada akun grup FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X pihak makelar yang merupakan admin grup FB tersebut menaikkan harga jual mobil yang sudah ditentukan pihak penjual meskipun pihaknya telah memperoleh *fee* dari pihak penjual karena telah memposting mobil yang akan dijual oleh penjual tersebut di halaman akun FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X.

Jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada kegiatan penjualan mobil bekas melalui postingan di grup FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X, pihak admin selaku makelar mempunyai berbagai macam bentuk cara kerja yang tidak benar yang melanggar prinsip-prinsip etika bisnis islam, yaitu

Ditinjau dari Prinsip Tauhid : dalam praktiknya makelar tersebut menyadari bahwa kekayaan hanyalah dari Allah SWT.

Ditinjau dari Prinsip Keadilan : dalam praktiknya para makelar tidak bersikap adil dalam penentuan harga mobil bekas yang dimana makelar mengambil keuntungan lebih padahal sudah ada ketentuan harga dan keuntungan yang telah ditentukan diawal, jelas tindakan tersebut merugikan orang lain, dan sama saja menzalimi pihak pembeli karena mendapat harga lebih tinggi.

Ditinjau dari Prinsip Kehendak Bebas : dalam praktiknya makelar tersebut menaikkan harga sesuai dengan keinginannya tanpa diketahui oleh pihak pembeli dan penjual padahal sudah ada kesempatan di awal mengenai harga mobil.

Ditinjau dari Prinsip Tanggung Jawab : berdasarkan hasil wawancara pembeli Andika dan Ciko bahwasanya terdapat bagian yang sudah tidak orisinal, dimana makelar tidak jujur dalam menyampaikan keadaan mobil bekas tersebut melalui postingan di beranda akun grup FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X, yang dimana bertujuan untuk menipu pembeli agar tertarik dengan kualitas baik yang diperlihatkan, sementara dalam praktiknya terdapat barang yang tidak bagus. Ketika dimintai pertanggung jawaban makelar tidak mau bertanggung jawab atas kejadian tersebut karena proses transaksi sudah selesai dilakukan tapi untuknya sipemilik mobil mau bertanggung jawab atas apa yang saya alami jadi yah saya ga rugi banyak. Jadi makelar tersebut tidak menerima complain apapun mengenai keadaan fisik mobil karena menurutnya transaksi sudah terselesaikan dan menurutnya tidak ada masalah lagi karena mereka berdalih hanya sebagai perantara dan mobil sudah dicek ketika transaksi.

Ditinjau dari Prinsip Kejujuran : Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan pihak admin grup FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X selaku makelar, terdapat keterangan bahwa pihak makelar tidak jujur dalam menyampaikan keadaan mobil bekas yang telah diberi tahu oleh pemilik mobil, dalam praktiknya pihak makelar menyembunyikan cacat barang tanpa diketahui oleh kedua belah pihak yang mana pemilik mobil sudah mengirimkan data-data mobil yang akan dijualnya kepada pihak makelar tersebut yang akan diposting di halaman grup tersebut sesuai dengan keadaan mobil tetapi makelar tersebut memposting postingan tersebut dengan melebih-lebihkan keadaan yang sebenarnya. nilai-nilai kejujuran merupakan aspek penting karena hal ini akan menjadi kunci dalam pergaulan atau interaksi sesama manusia (Permana, 2020). Nabi Muhammad SAW sangat menekankan sikap jujur dalam berbisnis ini kepada para sahabat dan tidak melakukan penipuan, hal ini sebagaimana yang termaktub pada hadits berikut:

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ (أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُنْبِرَةِ طَعَامٍ، فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا، فَذَلَّتْ أَصَابِعُهُ بَلًّا، فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟ قَالَ: أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ. فَقَالَ: أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ؛ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ؟ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي) رَوَاهُ مُسْلِمٌ

Dari Abu Hurairah Radliyallahu “anhu bahwa Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam pernah melewati sebuah tumpukan makanan. Lalu beliau memasukkan tangannya kedalam tumpukan tersebut dan jari-jarinya basah. Maka beliau bertanya : “Apa ini wahai penjual makanan?”. Ia menjawab: Terkena air hujan wahai Rasulullah. Beliau bersabda: “Mengapa tidak engkau letakkan di bagian atas makanan agar orang-orang dapat melihatnya? Barangsiapa menipu maka ia bukan termasuk golonganku.” Riwayat Muslim (A, 2001).

Sistem jual beli dalam islam yang melibatkan pihak ketiga seperti makelar atau simsar menurut prinsip-prinsip etika bisnis islam harus dilakukan dengan atas dasar suka sama suka diantara masing-masing pihak dan tidak boleh ada tekanan atau paksaan dari pihak manapun. Adanya kebebasan individu untuk menetapkan sikap dalam kegiatan bisnis menurut prinsip-prinsip etika bisnis islam harus dibatasi dengan kebebasan dengan individu lain. Dengan demikian, maka dalam melaksanakan kerjasama ekonomi baik jual beli, kontrak kerja atau investasi modal bersama harus dilakukan atas dasar saling ridha atau antaradhin.

Unsur kerelaan dapat menimbulkan keikhlasan dalam melakukan banyak hal. Jika dalam suatu kontrak asas ini tidak terpenuhi, maka praktik praktik penjual mobil bekas yang dilakukan oleh makelar grup fb tersebut yang dilakukannya termasuk bathil. Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa pada sistem penjualan mobil yang diterapkan oleh admin grup terindikasi bathil dikarenakan pihak pembeli juga harus memberikan fee kepada pihak admin selaku makelar padahal pihak admin telah memperoleh fee dari pihak penjual mobil yang didasarkan pada kegiatan postingan dan editing gambar mobil yang dilakukan pihak admin. Makelar kemudian tidak bertanggung jawab jika pembeli complain karena makelar hanya berperan sebagai perantara dan mobil sudah diperiksa selama transaksi, sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti dapatkan. Sehingga hal tersebut dapat merugikan pihak pembeli ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan postingan dalam halaman grup fb tersebut dan disisi lain pihak penjual pun sebenarnya tidak melakukan postingan yang tidak sesuai dengan kondisi barang.

Berdasarkan uraian analisis di atas, maka dapat dikatakan bahwa mekanisme jasa makelar dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial khususnya pada grup FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X sudah sesuai dengan prinsip tauhid namun, terdapat ketidaksesuaian dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam terutama pada prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kejujuran.

D. Kesimpulan

Hasil penelitian yang diuraikan pada pembahasan di atas menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Mekanisme perantara dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial yang terjadi pada akun grup FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X dilakukan melalui dua mekanisme yaitu penjualan dengan sistem mobil yang langsung dibeli oleh pihak admin dan penawarannya dilakukan dengan diposting melalui akun FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X serta melalui sistem dimana mobil salah satu member grup FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X. Kedua sistem tersebut memberikan peluang kepada pihak admin selaku makelar memperoleh kemungkinan pemberian fee dari pihak penjual maupun pihak pembeli.

Jasa perantara dalam jual beli mobil bekas melalui media sosial khususnya pada grup FB Jual Beli Mobil Bekas Bandung X pada praktiknya sudah sesuai dengan prinsip ketauhidan. Namun, terdapat ketidaksesuaian dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam terutama pada aspek prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip bertanggung jawab, dan prinsip kejujuran, karena pihak admin grup FB tersebut selaku makelar tersebut menutup-nutupi kekurangan yang ada pada mobil dan mematok harga yang lebih tinggi tanpa diketahui oleh kedua belah pihak, sehingga merugikan pihak pembeli karena membeli harga dengan yang lebih tinggi yang telah ditentukan oleh pihak penjual (pemilik mobil) dan juga makelar tidak menerima complain apapun mengenai mobil bekas karena dia hanya perantara dan juga transaksi sudah terselesaikan sehingga tidak ada hal yang harus di pertanggung jawabkan oleh makelar.

Daftar Pustaka

- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6(1), 133–142. <https://doi.org/10.15408/AIQ.V6I1.1373>
- A, H. (2001). *Terjemahan Bulughul Maram*. Bandung: CV. Diponegoro.
- Ash-Shiddiqie, H. (1984). *Pengantar Fikih Muamalah*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Efendi, T. A. Y., & Fawzi, R. (2022). Analisis Masalah Mursalah menurut Imam Al Ghazali terhadap Penggunaan Rekening Bersama di Marketplace. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 2(1), 1–6.
- Hasbiya, S., & Intan Manggala. (2022). Analisis Kualitas Properti dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Muslim KPR Syari'ah Non-Bank. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 85–90. <https://doi.org/10.29313/jrps.v1i2.1477>
- Maharani, S., & Yusup, A. (2022). Analisis Pendapat Madzhab Imam Syafi'i tentang Jual Beli Pesanan dan Implementasinya pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah (JRES)*, 2(1), 41–46.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Mubarokah, A. (2023). Market Religion and Religion Marketplace in Digital World. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 3(1).
- Natsir, M. (2001). *Metode Penelitian*. Pustaka Setia.

Permana, I. (2020). *Hadits Ahkam Ekonomi*. Jakarta: AMZAH.

Setiadi, B., & Sulistiani, S. L. (2021). Perbandingan Efektivitas Penghimpunan Dana Wakaf Melalui Uang Berbasis Online di Global Wakaf dan Dompot Dhuafa. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 1(32–36).

Syifa, & Srisusilawati, P. (2022). Analisis Faktor Lingkungan Masyarakat Pada Pemahaman Digital Bank S. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 131–138. <https://doi.org/10.29313/jrps.v1i2.1587>

Tuasikal, M. A. (2022). *Hukum Komisi Bagi Broker (Makelar)*. Rumahsyo.