

PENGUNAAN MEDIA ONLINE SEBAGAI SARANA PROMOSI PEDAGANG KAIN TRADISIONAL DI KOTA PALANGKA RAYA

¹Mariya Ulfah, ²Abdul Helm, ³Muslimah
¹⁻³Pascasarjana IAIN Palangkaraya

Abstrak

Perdagangan dalam era globalisasi yang di iringi dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih, diantaranya penyebaran informasi serta akses komunikasi melalui media sosial begitu cepat dan efisien. Hal tersebut baik secara langsung maupun tidak langsung berdampak terhadap perdagangan, termasuk perdagangan kain tradisional di kota Palangka Raya. Baik itu berdampak positif maupun dampak negatif, dampaknya pun tidak terbatas pada kalangan pedagang kain tradisional saja, namun telah meluas ke seluruh lapisan masyarakat. Penelitian ini dilakukan pada pedagang kain tradisional di palangkaraya kalimantan Tengah, Pada observasi awal terdapat beberapa temuan yang menarik tentang pedagang kain tradisional ini, antara lain para pedagang ini dalam hal pendidikan ada beberapa yang hanya lulusan Sekolah Dasar (SD) serta ada juga yang tidak lulus Sekolah SD, ada juga beberapa orang yang masih belum lancar membaca bahkan tidak bisa membaca. Akan tetapi dengan keterbatasan mereka tersebut, mereka mampu menggunakan media online, bahkan mampu menggunakan media online sebagai sarana promosi, dan menghasilkan pundi-pundi rupiah melalui media online tersebut.

Penelitian ini termasuk penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut : 1. Bahwa cara yang digunakan pedagang menggunakan media online dalam mempromosikan barang dagangan bahan Kain Tradisional terkhusus di pasar besar Kota Palangka Raya yaitu melakukan cara jual beli di mana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi. Kegiatan jual beli online di dalam forum internet, khususnya forum jual beli online seperti Facebook, Instagram Whatsapp dan lain-lain. 2. Menggunakan media online dalam mempromosikan barang dagangannya di Kota Palangka Raya bagi para pedagang kain tradisional sangatlah membantu dan transaksi jual beli online juga memiliki dampak positif karena dianggap praktis cepat dan mudah.

Kata Kunci: Penggunaan, Media Online, Promosi, Pedagang Kain Tradisional

Abstract

Trade in the era of globalization is accompanied by the development of increasingly sophisticated science and technology, including the dissemination of information and access to communication through social media so quickly and efficiently. This directly or indirectly has an impact on trade, including the trade in traditional fabrics in the city of Palangka Raya. Whether it has a positive or negative impact, the impact is not limited to traditional cloth traders, but has spread to all levels of society. This research was conducted on traditional cloth traders in Palangkaraya, Central Kalimantan. At the initial observation there were some interesting findings about these traditional cloth traders, including these traders in terms of education there were some who only graduated from elementary school (SD) and some did not graduate. Elementary school, there are also some people who are still not fluent in reading and can't even read. However, with their limitations, they are able to use online media, even able to use online media as a means of promotion, and generate rupiah coffers through the online media.

This research includes research that uses qualitative research methods. Based on the research conducted by the author, it can be concluded that the results of the study are as follows: 1. That the method used by traders using online media in promoting merchandise from Traditional Fabrics, especially in the big market of Palangka Raya City, is to do a way of buying and selling where the seller and the buyer do not have to meet for negotiations and transactions. Online buying and selling activities in internet forums, especially online buying and selling forums such as Facebook, Whatsapp Instagram and others. 2. Using online media in promoting their wares in Palangka Raya City for traditional cloth traders is very helpful and online buying and selling transactions also have a positive impact because they are considered practical, fast and easy.

Keywords: Usage, Online Media, Promotion, Traditional Fabric Traders

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu termasuk salah satunya dalam hal kebiasaan melakukan transaksi jual beli. Apabila dahulu yang transaksi jual beli harus dilakukan secara tatap muka di mana terjadi peralihan barang secara langsung dari penjual kepada pembeli, yaitu pembeli harus bertemu dengan penjual di pasar nyata. Saat ini telah beralih kepada era di mana transaksi tidak lagi dilakukan secara tatap muka, melainkan sudah melalui media online tidak lagi harus terjadi pertemuan antara penjual dengan pembeli di pasar, melainkan cukup dengan menggunakan teknologi internet dan langsung terjadi transaksi antara penjual dan pembeli.

Perkembangan teknologi yang sudah semakin modern, seiring kegiatan bisnis tidak lepas dari yang namanya pemasaran, pemasaran ialah proses mengkonsentrasikan berbagai sumber daya dan sasaran dari sebuah organisasi pada kesempatan dan kebutuhan lingkungan, dalam tiga dekade terakhir konsep pemasaran telah berubah secara dramatis, konsep pemasaran telah berkembang dari konsep pemasaran semula yang memfokuskan pemasaran pada produk dan pada membuat produk yang lebih baik, sedangkan konsep baru dari pemasaran yang muncul kira-kira tahun 1960, mengalihkan fokus pemasaran dari produk kepelanggan. Tetapi cara mencapainya menjadi lebih luas termasuk seluruh bauran pemasaran (*marketing mix*), atau “empat P” seperti yang dikenal secara luas: *product*, *price*, *promotion*, dan *place* atau produk, harga, promosi, dan saluran

distribusi. Strategi pemasaran ada namanya 4P yang mana salah satu dari 4P tersebut ialah *Promotion* atau promosi.

Promosi mengacu pada setiap insentif yang digunakan oleh produsen untuk memicu transaksi (pedagang besar dan ritel) atau konsumen untuk membeli suatu merek serta mendorong tenaga penjualan untuk secara agresif menjualnya, dalam penggunaannya promosi dapat dilakukan dengan berbagai media seperti membagikan pamflet dan brosur, membuat iklan di majalah dan koran yang biasa disebut dengan media cetak, promosi menggunakan media masa seperti iklan di televisi atau radio, dan yang saat ini sedang ramai dikalangan masyarakat apalagi yang memiliki usaha yaitu promosi menggunakan media online.

Salah satu hal yang membedakan jual beli *online* dengan *off line* adalah proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu. Media online adalah sebuah sarana untuk berkomunikasi secara online melalui website dan aplikasi yang hanya bisa diakses dengan internet. Berisikan teks, suara, foto dan video, melalui media online ini para pedagang memanfaatkannya untuk mempromosikan dagangannya, begitu juga

dengan pedagang kain tradisional di Kota Palangka Raya.

Kota Palangka Raya adalah salah satu kota yang ada di Kalimantan Tengah dan menempati sebagai ibu kota di provinsi tersebut, setiap daerah tentu memiliki ciri khas daerah tersendiri salah satu ciri khas Kota Palangka Raya yakni kain khas asal masyarakat daerah tersebut yaitu kain benang bintik, kain tradisional ini telah lama dipasarkan dan dipromosikan oleh masyarakat setempat keberbagai daerah di sekitaran Kalimantan maupun luar Kalimantan.

Kain khas Palangka Raya ini yang disebut benang bintik ini memiliki arti kain berwarna putih yang didesain bintik sebagai aplikasi di atas kainnya. Kain ini memiliki banyak motif diantaranya: motif batang garing, rumah panjang, senjata mandau dan lainnya.

Eksistensi motif batik khas Kalimantan tengah saat ini dirasakan mulai ada peningkatan, hal tersebut dilihat dari banyaknya jumlah pengrajin di berbagai daerah Kalimantan tengah terutama Kota Palangka Raya. Salah satu pelaku usaha yang terbilang lama menekuni produksi batik dayak ini bapak M, beliau mulai memproduksi batik sejak tahun 1995, pada awalnya dia datang dari Yogyakarta ke Palangka Raya untuk bekerja dan mengumpulkan modal, dia ingin membuka usaha di Pekalongan dan batiknya dijual di Kota Palangka Raya. Dijelaskan anak bapa M, alasan orang tuannya mendirikan tempat produksi di Pekalongan, dikarenakan bahan disana lebih murah. Memilih untuk memproduksi batik khas dayak Kalimantan Tengah karena memiliki seni, budaya dan keunikan tersendiri. Proses pembuatan batik

tersebut terbagi dua kelompok yaitu batik cap dan batik tulis.

Para Pedagang kain tradisional tersebut dalam memasarkan produknya sebagian telah mampu melakukan promosi melalui media sosial seperti facebook, instagram dan mereka juga promosi melalui *marketplace* seperti shopee, tokopedia dan lainnya. Dinas Koperasi dan usaha kecil menengah(UKM) Kalimantan tengah, seringkali mengikutsertakan para perajin untuk mengikuti berbagai pameran. Selain itu, pihaknya sering memfasilitasi para perajin, melalui pemasaran *online* secara rutin, seperti di pusat pelayanan usaha terpadu, agar mampu bersaing dengan produk kain dari daerah lain, dan meningkatkan penjualannya.

Pada observasi awal terdapat beberapa temuan yang menarik tentang pedagang kain tradisional ini, antara lain para pedagang ini dalam hal pendidikan ada beberapa yang hanya lulusan Sekolah Dasar (SD) serta ada juga yang tidak lulus Sekolah SD, ada juga beberapa orang yang masih belum lancar membaca bahkan tidak bisa membaca. Akan tetapi dengan keterbatasan mereka tersebut, mereka mampu menggunakan media online, bahkan mampu menggunakan media *online* sebagai sarana promosi, dan menghasilkan pundi-pundi rupiah melalui media *online* tersebut. Dengan melihat berbagai permasalahan dan peluang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan kajian tentang **“Penggunaan Media online Sebagai Sarana Promosi Pedagang Kain Tradisional Di Kota Palangka Raya”** Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana pedagang kain tradisional menggunakan media online dalam mempromosikan barang dagangannya di Kota Palangka Raya? Mengapa pedagang kain tradisional menggunakan media online dalam mempromosikan barang dagangannya di Kota Palangka Raya?

B. Metode

Penelitian ini termasuk penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Dimana menurut Bogdan dan Taylor, metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara utuh. Sedangkan menurut Nawawi pendekatan kualitatif dapat diartikan sebagai rangkaian atau proses menjangkau informasi, dari kondisi sewajarnya dalam kehidupan suatu obyek, dihubungkan dengan pemecahan suatu masalah, baik dari sudut pandang teoritis maupun praktis. Penelitian kualitatif dimulai dengan mengumpulkan informasi-informasi dalam situasi sewajarnya, untuk dirumuskan menjadi suatu generalisasi yang dapat diterima oleh akal sehat manusia. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif ini dipilih oleh penulis berdasarkan tujuan penelitian yang ingin mendapatkan gambaran proses penggunaan media *online* sebagai sarana promosi pada pedagang kain tradisional di kota Palangka Raya.

C. Hasil dan Pembahasan

Ada ragam jenis alasan yang menjadi pilihan pedagang kain tradisional menggunakan media online dalam mempromosikan barang dagangannya di Kota Palangka Raya, di antaranya mengacu pada keinginan dari dalam diri sendiri ataupun dari luar yang dipadu dengan hasrat mencapai sebuah keuntungan atau kesenangan dan ada juga yang berdasarkan dari luar yang di padu dengan kebutuhan.

Allah SWT menciptakan manusia sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan bantuan kepada sesamanya untuk saling tukar menukar guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Ajaran agama Islam diturunkan sebagai agama yang di dalamnya menganjurkan saling bertoleransi, menghargai pendapat orang lain dan tidak memaksakan kehendak sendiri. Selain itu, Allah SWT memberikan inspirasi kepada manusia untuk mengadakan penukaran, perdagangan dan semua yang bermanfaat yang salah satunya adalah jual beli, sehingga kehidupan manusia dapat berjalan dengan baik.

Namun pada dasarnya setiap perbuatan yang dilakukan manusia baik yang berkenaan dengan ibadah maupun aspek muamalah dalam hal membuat akad semisal jual beli dan sebagainya akan dianggap sah dan sesuai dengan ketentuan Hukum Islam, apabila telah memenuhi rukun dan syarat-syaratnya. Begitu pula sebaliknya, apabila tidak memenuhi rukun dan syarat-syaratnya maka akad tersebut

menjadi rusak atau batal menurut Hukum Islam.

Demikian kehadiran Hukum Islam akan memotivasi manusia untuk bermuamalah dan mengambil manfaat melalui jalan yang terbaik dan diridhai oleh Allah SWT . Dilihat dari keabsahan jual beli, peneliti menganalisa pelaksanaan jual beli pedagang kain tradisional menggunakan media online dalam mempromosikan barang dagangannya di Kota Palangka Raya, dengan melihat dari sisi rukun dan syarat sahnya jual beli menurut Hukum Islam.

Sebagaimana telah dijelaskan di bab terdahulu mengenai syarat *aqid* dalam jual beli adalah berakal dan yang melakukan akad itu adalah orang berbeda dari segi pemasarannya saja. Sementara itu, jual beli kain tradisional yang terjadi di pasar Kota Palangka Raya untuk subyek yang melakukan transaksi jual beli sudah memenuhi persyaratan sebagaimana telah dijelaskan pada Bab yang lalu.

Menurut peneliti, jual beli tersebut dilakukan oleh seseorang yang telah dewasa, berakal sehat dan yang melakukan orang yang berbeda. Oleh karena itu, dilihat dari syarat *aqid*, maka praktek jual kain tradisional di pasar Kota Palangka Raya telah memenuhi syarat sebagai *aqid*. Sementara dilihat dari syarat *sighat* praktek jual beli ini telah memenuhi salah satu syarat *sighat*. Karena pedagang tersebut pada saat pembeli membeli barang dagangannya.

Demikian untuk syarat sahnya jual beli menurut Hukum Islam adalah bahwa barang

yang diakadkan harus memberi manfaat menurut *syara'*. Sementara barang yang dijadikan obyek jual beli di pasar Kota Palangka Raya adalah kain tradisional dan uang sebagai alat pembayarannya. Dilihat dari segi kemanfaatannya.

Dalam bisnis ini, dukungan dan pelayanan terhadap konsumen menggunakan website, e-mail, *BlackBerry Messenger*, *Facebook*, dsb. Dan dalam perkembangan zaman saat ini, fenomena jual beli online ini sangat menjamur di tengah-tengah kehidupan kita sehari-hari. Perdagangan atau jual beli adalah pertukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling meridhoi atau memindahkan hak milik disertai penggantinya dengan cara yang dibolehkan. Menurut Wahbah az-Zuhaili, jual beli adalah saling tukar menukar harta dengan cara tertentu. Dari definisi-definisi di atas dapat dipahami inti jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda (barang) yang mempunyai nilai, atas dasar kerelaan (kesepakatan) antara dua belah pihak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh *syara'*. Yang dimaksud dengan benda dapat mencakup pada pengertian barang dan uang, sedangkan sifat benda tersebut harus dapat dinilai yakni benda-benda yang berharga dan dapat dibenarkan penggunaannya menurut *syara'*.

Jual beli online adalah suatu kegiatan jual beli di mana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi. Kemudian yang digunakan oleh penjual dan pembeli untuk berkomunikasi yaitu melalui *chat*, komputer, telepon, sms dan

sebagainya. Dalam transaksi jual beli online, penjual dan pembeli membutuhkan pihak ketiga untuk melakukan penyerahan barang yang dilakukan oleh pedagang dan penyerahan uang yang dilakukan oleh pembeli. Seperti jual beli di atas, kita juga bisa melakukan jual beli online melalui suatu forum jual beli online atau situs jual beli online yang sudah menyediakan banyak barang untuk diperjualbelikan. Tidak hanya itu, untuk mempelancar dan mengamankan transaksi, ada baiknya bila kita menggunakan jasa pihak ketiga untuk menyimpan uang kita secara aman.

Jual beli online juga ternyata memiliki dampak positif karena dianggap praktiscepat dan mudah. Kegiatan jual beli online mulai berkembang di dalam forum internet, khususnya forum jual beli online seperti *Facebook*, *Instagram* dll Berikut beberapa nama penyedia jasa jual beli online yang cukup terkemuka di Indonesia, secara bahasa, transaksi (akad) digunakan berbagai arti, yang hanya keseluruhan kembali pada bentuk ikatan atau hubungan terhadap dua hal. Yaitu *as-Salam* atau disebut juga *as-Salaf* merupakan istilah dalam bahasa arab yang mengandung makna “penyerahan”. Secara etimologi, salam adalah *salaf* yaitu sesuatu yang didahulukan. Dalam konteks ini, jual beli *salam/salaf* di mana harga/uangnya didahulukan, sedangkan sedangkan barangnya diserahkan kemudian dapat dinyatakan pula pembiayaan di mana pembeli diharuskan untuk membayar sejumlah uang tertentu untuk pengiriman barang. Atau dalam kata lain pembayaran dalam transaksi

salam dilakukan di muka. Dikatakan *salam* karena ia menyerahkan uangnya terlebih dahulu sebelum menerima barang dagangannya. Firman Allah QS. Al – Baqarah: 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai sampai waktu tertentu, buatlah secara tertulis.”

Jual beli pesanan dalam dalam fiqh Islam disebut *as-Salam* sedangkan bahasa penduduk Hijaz, dan Iraq *as-Salaf*. Kedua kata ini mempunyai makna yang sama, sebagaimana diriwayatkan bahwa rasulullah ketika membicarakan akad *bai' as-Salam*, sehingga dua kata tersebut merupakan kata sinonim. Dengan adanya pendapat diatas sudah cukup untuk memberikan penjelasan dari akad tersebut, di mana inti dari pendapat adalah: bahwa akad salam merupakan akad pesanan dengan membayar terlebih dahulu dan barangnya diserahkan kemudian, tapi ciri-ciri barang tersebut haruslah jelas.dalam Islam dituntut untuk lebih jelas dalam memberikan satu landasan hukum, maka dari itu Islam melampirkan sebuah dasar dasar hukum yang terlampir dalam al-Qur'an, al-Hadist atau pun ijma. Perlu diketahui sebelumnya mengenal transaksi ini secara khusus dalam al-Qur'an tidak ada yang selama ini dijadikan landasan hukum adalah transaksi jual beli secara global, karena *bai' as-salam* termasuk salah satu jual beli dalam bentuk khusus, maka hadits Nabi dan ijma' ulama banyak menjelaskan dan

tentunya al-Qur'an yang membicarakan secara global sudah mencakup atas diperbolehkannya akad jual beli *salam*.

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), *salam* adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembiayaannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang. Transaksi *salam* merupakan salah satu bentuk yang telah menjadi kebiasaan di berbagai masyarakat. Orang yang mempunyai perusahaan sering membutuhkan uang untuk kebutuhan perusahaan mereka, bahkan sewaktu-waktu kegiatan perusahaannya terhambat karena kekurangan bahan pokok. Sedangkan si pembeli, selain akan mendapat barang yang sesuai dengan yang diinginkannya, ia pun sudah menolong kemajuan perusahaan saudaranya. Maka, untuk kepentingan tersebut Allah mengadakan peraturan *salam*.

Dengan makin berkembangnya tren jual beli online saat ini, semakin banyak pula orang yang ingin terjun di dalam bisnis jual beli online tersebut. Namun, di mana ada peluang pasti ada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab yang ingin memanfaatkan celah ketidaktahuan para pelaku jual beli online. Oleh sebab itu, para pelaku jual beli online dituntut untuk mengetahui lebih dalam mengenai proses, resiko serta keamanan dari sebuah transaksi online. Di sisi lain, saat ini jenis transaksi online juga semakin beragam mulai dari jenis konvensional di mana pembeli dan penjual harus bertatap muka dalam melakukan proses transaksi hingga yang menggunakan proses transaksi otomatis tanpa harus bertatap muka.

Indonesia, perlindungan hak-hak

konsumen dan pelaku usaha telah diatur di dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tetapi UUPK 1999 itu hanya mengatur hak dan kewajiban konsumen yang masih terbatas pada perdagangan yang dilakukan secara konvensional. Sedangkan mengenai hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi online belum secara tegas diatur dalam undang-undang tersebut.

Dasar-dasar yang digunakan untuk menentukan hukum jual beli secara online adalah:

الأصل في المعاملة الإباحة إلا أن يدُلَّ دليلًا على تحريمها

“Hukum asal dalam muamalah adalah boleh sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkannya.”

Berkaitan dengan jual beli, karena jual beli merupakan salah satu perbuatan muamalah maka hukumnya boleh sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkannya. Kemudian jual beli online juga termasuk dalam kegiatan jual beli, sehingga selama tidak ada dalil yang mengharamkannya maka hukumnya boleh.

أَلْحَاكُمُ الْأَشْيَاءَ فَرَعٌ عَنِ تَصَوُّرِهِ

“Penilaian Hukum terhadap suatu masalah berangkat dari gambaran tentang sesuatu tersebut.”

Hal ini tercermin dari mewabahnya pertukaran transaksi barang dan jasa melalui media elektronik. Pesatnya perkembangan ini dimungkinkan mengingat perdagangan melalui jaringan komputer menjanjikan efisiensi baik

dari segi waktu dan biaya serta kenyamanan dalam bertransaksi bagi konsumen, dibandingkan dengan pola bertransaksi secara tradisional. Dan secara bisnis, keuntungan *going in-line* bisnis adalah potensi untuk menghindari biaya operasional kantor atau outlet dan administrasinya yang diperkirakan setiap transaksi konvensional membutuhkan biaya 12 kali dibanding transaksi di *cyberspace*. Firman Allah SWT dalam Q.S. al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Hadits

إِنَّمَا الْبَيْعُ عِنْتَرَايٍ

“Sesungguhnya sahnya jual beli atas dasar kerelaan.”

Pandangan Ulama

Menurut pendapat Ahmad Zahro: Jual-beli lewat online (internet) itu diperbolehkan, dan sah, kecuali jika secara kasuistis terjadi penyimpangan, manipulasi, penipuan dan sejenisnya, maka secara kasuistis pula hukumnya diterapkan, yaitu haram. Tetapi kasus tertentu menurut *mazhab* Hanafi tidak dapat digunakan untuk menggeneralisasi sesuatu yang secara normal positif boleh dan halal. Oleh karena itu jika ada masalah terkait yang menunjukkan ketaksesuaian barang antara yang ditawarkan dan dibayar dengan yang diterima, maka berlaku hukum transaksi pada umumnya, bagaimana kesepakatan yang telah dijalin. Inilah salah satu faktor yang dapat menjadi penyebab batalnya transaksi jual beli

dan dapat menjadi salah satu penyebab haramnya jual beli, baik online atau bukan karena adanya manipulasi atau penipuan.

Hasil Keputusan Mukthamar NU ke-XXXII di Asrama Haji Sudiang Makassar Tanggal 7-11 Rabi'ul Akhir 1431 H/22 – 27 Maret 2010 M. Hasil sidang tersebut membolehkan jual beli melalui media online. Adapun dasar yang digunakan adalah pendapat *Muh{ammad Ibn Syihabuddin al-Ramli*, “Dan menurut *qaul al-Azhar*, sungguh tidak sah selain dalam masalah *fuqa*’-sari anggur yang dijual dalam kemasan rapat/tidak terlihat- (jual beli barang ghaib), yakni barang yang tidak terlihat oleh dua orang yang bertransaksi, atau salah satunya. Baik barang tersebut berstatus sebagai alat pembayar maupun sebagai barang yang dibayari. Meskipun barang tersebut ada dalam majlis akad dan telah disebutkan kriterianya secara detail atau sudah terkenal secara luas -*mutawatir*-, seperti keterangan yang akan datang. Atau terlihat di bawah cahaya, jika cahaya tersebut menutupi warna aslinya, seperti kertas putih. Demikian menurut kajian yang kuat.” Bahkan *Sulaiman bin Muh {ammad al-Bujairami* dalam *Hasyiyah al-Bujairami ‘ala al-Khaib* menjelaskan adanya tuntutan menyaksikan *mabi*’ secara langsung tanpa adanya penghalang walaupun berupa kaca. *Muh{ammad Syaubari al-Khudri* berkata: “Termasuk padanan kasus tercegah melihat *mabi*’-barang yang dijual- adalah melihat *mabi*’ dari balik kaca. Cara demikian tidak mencukupi syarat jual beli. Sebab, standarnya adalah menghindari bahaya

ketidakjelasan *mabi*”, yang tidak bisa dipenuhi dengan cara tersebut. Sebab, secara umum barang yang terlihat dari balik kaca terlihat beda dari aslinya. Demikian keterangan dari *syarah al-Ramli*.”

Pendapat Peneliti Pemakalah berpendapat bahwa hukum jual beli online adalah boleh, asalkan memenuhi rukun dan syarat dalam jual beli, serta tidak ada pihak-pihak yang dirugikan atau sama-sama diuntungkan. Hal tersebut sesuai dengan dalil dalam QS. An-Nisa' ayat 29, bahwa sesungguhnya perniagaan itu harus didasari atas suka sama suka atau kerelaan kedua belah pihak. Di samping itu, sesuai dengan kaidah fiqh yang sudah disebutkan pula, bahwa hukum asal dari perkara muamalah adalah boleh sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkannya, sehingga pemakalah menyimpulkan jual beli online itu hukumnya boleh, asal memenuhi rukun dan syarat yang sudah disebutkan. Jual beli menurut Islam pada hakikatnya tidak hanya bersifat konsumtif dan hanya mengandung unsur material untuk memperoleh keuntungan di dunia, tetapi juga keuntungan hakiki di akhirat, tentu dengan memperhatikan prinsip jual beli yang diperbolehkan menurut syar'i. Dalam era globalisasi saat ini, bermunculan model-model bisnis dengan menggunakan kecanggihan teknologi modern. Hal ini ditandai dengan berkembangnya elektronik yang mempengaruhi aspek kehidupan manusia, khususnya dalam bertransaksi jual beli online, yakni internet. Jual beli online adalah suatu kegiatan jual beli di mana penjual dan pembelinya tidak harus

bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli melalui alat komunikasi seperti *chat*, komputer, telepon, sms dan sebagainya. Dalam transaksi jual beli online, penjual dan pembeli membutuhkan pihak ketiga untuk melakukan penyerahan barang yang dilakukan oleh pedagang dan penyerahan uang yang dilakukan oleh pembeli.

Risiko bertransaksi dalam jual beli online pun muncul, karena di mana ada kesempatan pasti ada pihak-pihak yang ingin mengambil keuntungan lebih melalui cara-cara yang tidak benar. Dapat diketahui jual beli online yang aman bisa melalui transfer via ATM, hal ini aman bagi penjual jika dalam prakteknya, penjual meminta resi bukti transfer kepada pembeli dengan cara memfoto bukti transfer tersebut kemudian dikirim ke aplikasi atau email penjual. Begitu juga bagi pembeli yang mempunyai hak meminta resi bukti kirim ke pihak penjual untuk menghindari penipuan. Selain itu, pembeli juga dapat mengetahui di mana posisi barang melalui aplikasi jasa pengiriman yang dapat di download di *gadget* masing-masing.

D. Penutup

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Bahwa cara yang digunakan pedagang menggunakan media online dalam mempromosikan barang dagangan bahan Kain Tradisional terkhusus di pasar besar

Kota Palangka Raya yaitu melakukan cara jual beli di mana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi. Kegiatan jual beli online di dalam forum internet, khususnya forum jual beli online seperti *Facebook, Instagram Whatsapdan lain-lain*.

Kemudian yang digunakan oleh penjual dan pembeli untuk berkomunikasi yaitu melalui *chat*, komputer, telepon, sms dan sebagainya. Dalam transaksi jual beli online, penjual dan pembeli membutuhkan pihak ketiga untuk melakukan penyerahan barang yang dilakukan oleh pedagang dan penyerahan uang yang dilakukan oleh pembeli. Tidak hanya itu, untuk memperlancar dan mengamankan transaksi, ada baiknya bila kita menggunakan jasa pihak ketiga untuk menyimpan uang kita secara aman.

2. Menggunakan media online dalam mempromosikan barang dagangannya di Kota Palangka Raya bagi para pedagang kain tradisional sangatlah membantu dan transaksi jual beli online juga memiliki dampak positif karena dianggap praktis cepat dan mudah. Kegiatan jual beli online mulai berkembang di dalam forum internet, khususnya forum jual beli online, bahkan kain tersebut diperjualkan sampai keluar kalimantan seperti yang di utarakan oleh Responden 2 dalam wawancaranya tentunya dengan bantuan sosial media dengan menggunakan akun

media sosial seperti Instagram, Whattsap dan Facebook.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Tanzeh, Pengantar Metode Penelitian, Yogyakarta: Teras, 2009.
- Apriliana, E. S., & Ariyadi, A. (2020). Kenaikan Harga Ayam Pada Masa Covid-19 di Kota Palangkaraya (Analisis Pemikiran Ibnu Taimiyah tentang Regulasi Harga). *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 7(1), 15-19.
- Ariyadi, A. (2017). Metodologi Istinbath Hukum Prof. Dr. Wahbah Az Zuhaili. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 4(1), 32-39.
- Ariyadi, A. (2018). Bisnis Dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1), 13-26.
- Ariyadi, A. (2018). Nilai-Nilai Qurani dan Sunnah Nabi dalam Praktik Jual Beli Pada Pasar Terapung di Kalimantan Selatan. *Anterior Jurnal*, 17(2), 115-124.
- Ariyadi, A. (2019). Sosial Media Sarana Promosi Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Sudimampir Banjarmasin. *Jurnal Transformatif (Islamic Studies)*, 3(1), 117-130.
- Blanchard, Olivier. *Sosial Media Roi*. Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo. 2015.
- Kaltengpos. *Menuju prokalteng*. Palangka Raya. Kaltengpos. 2020.
- Keegan, Warren J. *Manajemen Pemasaran Global*. Jakarta: Prenhallindo. 1996.
- Kuncoro, Aryo, Et Al. *Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek Dan Loyalitas Merek*

- Terhadap Nilai Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Produk Aqua 600ml Di Indomaret Jl. Raya Candi V Malang)*. Diss. Brawijaya University, 2017.
- Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991.
- Nawawi Hadari, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1992.
- Rahardja, Edy, And Arnie Kusumawardhani."Profil, Wanita Pedagang Pasar Tradisional: Tinjauan Kepribadian Dan Perilaku Kewirausahaan (Studi-Deskripsi Peran Wanita Di Pedesaan Kambupaten Klaten, Jawa Tengah)." (2001).
- Pemerintah Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta. 2010.
- Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007.
- Yukti, R. H., Supriadi, A., & Ariyadi, A. (2020, December). The Role of the Islamic Economic System in Tackling Global Economic Recession in the COVID-19 Era. In *ICIC 2020: Proceedings of the 1st International Conference on Islamic Civilization, ICIC 2020, 27th August 2020, Semarang, Indonesia* (p. 411). European Alliance for Innovation.
- Wawancara Dengan Pedagang Kain Tradisional, 02 Juli 2019.