

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jual beli secara umum adalah suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Penjual akan menawarkan barang atau jasa yang diinginkan dan pembeli akan membayar dengan harga yang sudah disepakati. Transaksi jual beli dapat dilakukan secara langsung atau melalui media digital. Pada dasarnya, jual beli dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari maupun untuk kepentingan bisnis (Abduroman et al., 2020).

Dalam islam jual beli diatur secara kompleks dan terperinci untuk memberikan keamanan dan melindungi pelaku jual beli. Prinsip-prinsip dalam jual beli islam tersebut terkandung dalam ajaran-ajaran syariah dan dicantumkan dalam hukum fiqh. Para ulama sepakat bahwa jual beli adalah hal yang boleh (*jawwaz*) dilakukan selama memenuhi syarat dan rukun yang telah ditentukan dalam hukum islam (Fatri Sagita, 2021).

Para jumbuh ulama menyepakati bahwa rukun jual beli terdiri dari 3 elemen utama, yaitu proses akad yang melibatkan ijab dan qabul, adanya pihak yang melakukan akad (penjual dan pembeli), serta adanya objek akad (*maqud alaih*) atau barang yang diperjualbelikan. Semua elemen ini harus dipenuhi dengan baik dan benar agar transaksi jual beli berlangsung dengan sah dan mengikuti prinsip-prinsip dalam islam (Sa'diyah, 2019).

Pada transaksi jual beli, terdapat beberapa prinsip utama yang perlu diperhatikan dalam islam, antara lain prinsip kejujuran, keadilan, kesepakatan, menghindari sengketa, dan menghindari riba. Semua transaksi harus dilakukan dengan niat yang baik, saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, dan tidak merugikan pihak manapun (Nurul, et al, 2023). Dalam jual beli islam, terdapat beberapa macam transaksi jual beli yang dapat dilakukan, yaitu (Ilmi, 2022):

Pertama, akad murabahah adalah transaksi jual beli barang yang dilakukan secara langsung. Penjual menawarkan barang yang telah diproduksi dan pembeli yang berminat akan membeli dengan harga yang sudah

disepakati. Dalam akad ini, penjual tidak diperbolehkan untuk menaikkan harga barang dalam proses penjualan, sehingga harga barang harus sudah disepakati sejak awal (Ilmi, 2022).

Kedua, akad salam, adalah transaksi jual beli dimana pembeli memesan barang tertentu dengan harga yang sudah disepakati, namun barang tersebut belum diproduksi atau belum tersedia di pasar. Dalam transaksi ini, penjual berkewajiban untuk mengirimkan barang secara tepat waktu sesuai dengan kesepakatan yang dibuat di awal (Ilmi, 2022).

Ketiga, akad istishna adalah transaksi jual beli dimana pembeli memesan barang tertentu, namun barang tersebut perlu diproduksi terlebih dahulu sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh pembeli. Harga dan jangka waktu produksi perlu disepakati di awal, dan penjual berkewajiban untuk memproduksi barang tersebut sesuai dengan spesifikasi dan kualitas yang dibutuhkan (Ilmi, 2022).

Meskipun akad salam dan istishna memiliki kesamaan yaitu merupakan akad jual beli pesanan, namun ada beberapa perbedaan antara keduanya, yaitu (Hasanah, 2018):

1. Obyeknya. Pada akad salam, obyeknya adalah barang tertentu yang belum tersedia di pasar dan dianggap sebagai tanggungan (*ad-dain*), sedangkan pada akad istishna, obyeknya adalah barang yang akan diproduksi sesuai dengan spesifikasi dan dianggap sebagai benda (*al-ain*).
2. Waktu penyerahan. Pada akad salam, waktu penyerahan barang akan dibatasi dengan tempo secara pasti sesuai dengan kesepakatan, sedangkan pada akad istishna, tidak ada batasan terhadap tempo waktu karena barang perlu diproduksi sesuai dengan spesifikasi tertentu.
3. Sifatnya. Akad salam memiliki sifat luzum, yang mengikat kedua belah pihak untuk memenuhi kewajiban yang sudah disepakati sebelumnya, sedangkan akad istishna tidak memiliki sifat mengikat karena memiliki hak khayar atau pilihan untuk menyelesaikan transaksi atau tidak sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.
4. Harga pokok dalam transaksi jual beli. Pada akad salam, harga pokok akan dibayarkan secara kontan di awal majelis akad, sedangkan pada akad

istishna, pembayaran akan dilakukan sesuai dengan kesepakatan yang dibuat di awal akad.

Jual beli akad salam dan istishna seringkali digunakan dalam jual beli online karena proses jual beli yang menggunakan sistem pesanan, dan karena bentuk barang yang belum tersedia (Nabila A'yun et al., 2021). Jual beli online pada dasarnya dianggap mubah dalam islam selama memenuhi syarat dan rukun yang telah ditetapkan, serta tidak melibatkan barang-barang yang diharamkan (Mahfudhoh & Santoso, 2020).

Kemajuan teknologi telah banyak mengubah cara jual beli secara signifikan, sehingga sekarang jual beli banyak yang dilakukan secara online. Dengan adanya platform online, jual beli dapat dilakukan dengan lebih mudah dan efisien tanpa harus bertatap muka secara langsung. Ini memungkinkan para pelaku usaha untuk melakukan inovasi dalam sistem jual beli dan promosi, serta memperluas jangkauan bisnis mereka secara global (Renda Syaputri Nur Khasana, Kadenun, 2021).

Pada setiap aktivitas jual beli selalu mengandung risiko yang mungkin timbul, sehingga risiko erat kaitannya dengan aktivitas bisnis. Risiko dapat timbul baik bagi penjual yang mengalami kerugian finansial maupun bagi pembeli yang tidak puas dengan transaksi yang dilakukan. Risiko merujuk pada ketidakpastian yang memungkinkan terjadinya kerugian (Ulfa, 2019). Terdapat beberapa jenis risiko dalam bisnis (bisnis), yaitu risiko perusahaan, risiko finansial, risiko operasional, risiko pemasaran, dan risiko pasar (Susetyo & Prasetyo, 2020).

Dengan meningkatnya tingkat risiko dalam bisnis, kemungkinan besar tingkat kerugian yang dialami dalam bisnis juga meningkat (Susetyo & Prasetyo, 2020). Oleh karena itu manajemen risiko sangat diperlukan dalam bisnis. Apabila risiko kerugian diabaikan, maka dapat berakibat fatal bagi perusahaan yang dapat berujung pada kehancuran (kebangkrutan). Maka diperlukannya bantuan manajemen risiko, agar dapat mengelola seluruh risiko kerugian dalam bisnis (Misman, 2022).

Risiko kerugian bisa saja terjadi pada bisnis apapun baik offline maupun online, namun pada jual beli online risikonya lebih tinggi

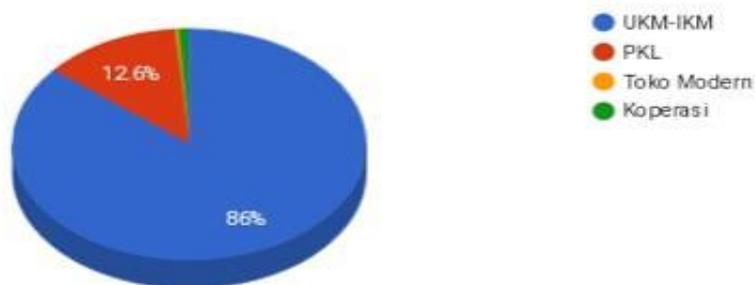
dibandingkan jual beli offline. Hal ini dapat terjadi dikarenakan ada beberapa hal yang harus diperhatikan, seperti keamanan informasinya, kebenaran bentuk barang serta ketepatan pengiriman dan pembayaran. Karena dalam jual beli online pembeli dan penjual tidak bertemu langsung, maka pengguna dan penjual harus pintar-pintar menganalisis berbagai hal dan mengambil keputusan (Hidayah, 2019) .

Jual beli secara online umumnya banyak digunakan oleh para pedagang UMKM dan sudah banyak pelaku UMKM yang memanfaatkan platform yang tersedia. Dari 65,5 juta pelaku UMKM di Indonesia, sekitar 8% atau 3,79 juta pelaku UMKM menggunakan platform atau media online sebagai platform bisnisnya (Soedarto, 2023). Menggunakan fungsi media sosial seperti whatsapp, instagram, telegram, twitter atau fungsi pemasaran online melalui marketplace seperti bukalapak, tokopedia, blibli, shopee dan lain sebagainya (Iksan, 2020).

Meski cukup banyak UMKM yang melakukan jual beli online, namun banyak pedagang yang merasa masih asing dengan istilah salam dan istishna yang biasa digunakan dalam jual beli online. Dan tanpa disadari oleh para pelaku usaha bahwa akad salam dan istishna itu telah terimplementasikan dalam proses transaksi. Penyebabnya tentu saja karena kurangnya pemahaman para pelaku usaha terhadap akad salam dan istishna dalam sistem pemesanannya.

Selain itu masih banyak pedagang yang kebingungan dan belum memahami dampak penerapan sistem pesanan (salam dan istishna) terhadap usahanya serta manfaat apa yang didapat dari penerapan sistem pesanan (salam dan istishna). Kebanyakan para pelaku usaha hanya memahami penggunaan sistem pesanan tersebut karena memang bentuk transaksinya seperti itu tanpa mengetahui bagaimana sebenarnya akad tersebut diselenggarakan dan apa manfaat maupun pengaruhnya secara praktis pada pelaksanaan akad salam dan istishna (sistem pemesanan).

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian di Kabupaten Kuningan, terhadap pelaku usaha UMKM yang merupakan bidang usaha paling banyak dibandingkan pada bidang usaha yang lain, yaitu:



Gambar 1. 1
Diagram Perbandingan Bidang Usaha
Kabupaten Kuningan

Berdasarkan pada diagram diatas dapat dikemukakan bahwa diwilayah Kabupaten Kuningan jumlah UMKM bidang usaha UMKM-IKM ini memiliki persentase yang cukup tinggi yaitu 86% dari pada bidang usaha lainnya, seperti koperasi, PKL (Pedagang Kaki Lima), dan toko modern. Berikut rincian lebih jelasnya :

Tabel 1. 1
Jumlah UMKM Per Bidang Usaha
Kabupaten Kuningan

No	Kategori	Jumlah Pelaku Usaha
1	UKM-IKM	59.556
2	PKL	8.716
3	Toko Modern	201
4	Koperasi	752

Sumber : Website Resmi Sibadu Mirakyat

Sebagai bidang usaha yang memiliki persentase cukup tinggi UMKM di Kabupaten Kuningan memiliki beberapa produk unggulan, yaitu:

Tabel 1. 2
Produk Unggulan UMKM
Kabupaten Kuningan

No	Kategori Produk Unggulan	Jumlah Pelaku Usaha
1	Jeruk Nipis	4
2	Ketempling	53
3	Tape	36
4	Olahan Ubi	32
5	Pasteurisasi Susu	4
6	Bawang Goreng	53
7	Kopi	31

Sumber : Website Resmi Sibadu Mirakyat

Jumlah UMKM di Kabupaten Kuningan berjumlah 62.994 yang mencakup 32 kecamatan yaitu :

Tabel 1. 3
Jumlah UMKM Per Kecamatan
Kabupaten Kuningan

No	Kecamatan	Jumlah UMKM	No	Kecamatan	Jumlah UMKM
1	Darma	3.269	18	Cipicung	2.501
2	Kadugede	2.472	19	Lebakwangi	3.526
3	Nusaherang	2.776	20	Maleber	1.787
4	Ciniru	1.014	21	Garawangi	2.953
5	Hantara	830	22	Sindangagu	1.228
6	Selajambe	869	23	Kuningan	6.155
7	Subang	1.228	24	Cigugur	3.285
8	Cilebak	262	25	Kramatmulya	62
9	Ciwaru	1.378	26	Jalaksana	3.930
10	Karangkencana	538	27	Japara	1.311
11	Cibingbin	1.899	28	Cilimus	3.717
12	Cibeureum	386	29	Cigandamel	1.815
13	Luragung	1.195	30	Mandiranca	614
14	Cimahi	970	31	Pancalang	2.473
15	Cidahu	2.332	32	Pasawahan	751
16	Kalimanggis	957		Total	62.944
17	Ciawigebang	4.511			

Sumber : Website Resmi Sibadu Mirakyat

Berdasarkan tabel di atas yang menunjukkan jumlah UMKM, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian terhadap UMKM di Kecamatan Ciniru karena wilayah ini memiliki permasalahan yang relevan dengan judul penelitian. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Penerapan Akad Salam dan Istishna terhadap Risiko Kerugian dalam Jual Beli Online pada UMKM Kecamatan Ciniru Kabupaten Kuningan”, sebagai salah satu upaya yang menjadi trobosan baru yang memberikan bukti pendukung bahwa penerapan dengan sistem pesanan (akad salam dan istishna) tidak hanya semata karena bentuk transaksinya pesanan saja. Namun dengan dilaksanakannya sistem pesanan (akad salam dan istishna) dapat memberikan pengaruh yang menguntungkan bagi para pelaku usaha. Sehingga, adanya penelitian ini dapat menjadi upaya untuk memaparkan secara langsung penerapan akad salam dan istishna serta memberikan contoh kegunaan akad salam dan istishna yang tentunya juga dapat bermanfaat dalam pengembangan usaha.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang ada dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut ;

1. Kurangnya pemahaman dan informasi mengenai akad salam dan istishna dikalangan para pembisnis dan masyarakat, sehingga belum banyak yang mengerti mengenai penerapan akad salam dan istishna walaupun sebenarnya tanpa disadari mereka telah melaksanakannya.
2. Masih banyaknya pelaku usaha yang belum sempurna menerapkan akad salam maupun istishna pada jual beli online yang mereka lakukan.
3. Masih banyaknya para pembisnis yang belum mengetahui pengaruh dan keuntungan dari pemanfaatan penerapan akad salam dan istishna pada usaha bisnisnya.
4. Masih kurangnya pemahaman para pembisnis mengenai pentingnya menerapkan akad pada pelaksanaan jual beli baik secara online maupun offline.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, sebagai upaya dalam menghindari terjadinya peluasan dalam masalah yang akan diteliti, peneliti menetapkan batasan dalam penelitian ini :

1. Permasalahan yang akan diteliti mengenai risiko kerugian dalam jual beli online pada UMKM di Kecamatan Ciniru Kuningan dengan variabel bebas yang digunakan akad salam dan istishna.
2. Subjek penelitian yaitu para pelaku usaha UMKM yang berdomisili di Kecamatan Ciniru Kuningan.
3. Para pelaku bisnis UMKM di Kecamatan Ciniru Kuningan yang menjadi subjek penelitian merupakan pelaku bisnis baik dalam bidang makanan, fashion, souvenir, atau produk lainnya yang memiliki bisnis dengan minimal 1 bulan lamanya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya dan berdasarkan masalah yang ada. Sehingga rumusan masalah yang muncul pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah akad salam berpengaruh terhadap risiko kerugian dalam jual beli online pada UMKM di Kecamatan Ciniru Kuningan ?
2. Apakah akad istishna berpengaruh terhadap risiko kerugian dalam jual beli online pada UMKM di Kecamatan Ciniru Kuningan ?
3. Apakah akad salam dan istishna berpengaruh secara simultan terhadap risiko kerugian dalam jual beli online pada UMKM di Kecamatan Ciniru Kuningan?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini dilakukan dengan tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh penerapan akad salam terhadap risiko kerugian dalam praktik jual beli online pada UMKM di Kecamatan Ciniru Kuningan.
2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan akad istishna terhadap risiko kerugian dalam jual beli online pada UMKM di Kecamatan Ciniru Kuningan.
3. Untuk mengetahui pengaruh penerapan akad salam dan istishna terhadap risiko kerugian dalam jual beli online pada UMKM di Kecamatan Ciniru Kuningan.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian memberikan beberapa kegunaan, yaitu :

1. Secara teoritis kajian ini dapat dijadikan sebagai salah satu upaya untuk mengembangkan dan menambah ilmu pengetahuan yang tentunya menambah wawasan dalam memahami pengaruh penerapan sistem akad salam dan istishna terhadap risiko kerugian.
2. Secara praktik hasil kajian ini diharapkan dapat berguna untuk bahan penelitian, pertimbangan, masukan maupun saran untuk para pembisnis UMKM baik yang melakukan jual beli offline maupun jual beli online mengenai pengaruh penerapan akad salam dan istishna terhadap upaya meminimalkan risiko kerugian.
 - a. Untuk para pelaku usaha, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu pemahaman dalam meminimalkan risiko kerugian

pada usaha dan menjadi pedoman ataupun contoh bagi para pembisnis pemula yang ingin memulai usaha online.

- b. Untuk peneliti, penelitian ini dapat menjadi ilmu pengetahuan yang baru untuk menambah wawasan perihal pengaruh dari penerapan akad salam dan istishna yang telah ditetapkan dalam islam pada transaksi jual beli. Dan juga berguna sebagai prasyarat akademis untuk kelulusan.
- c. Untuk pembeli atau *costumer* yang melaksanakan aktivitas akad salam dan istishna, penelitian ini dapat membantu menambah wawasan dan pemahaman mengenai pengaruh dari penerapan akad salam dan istishna pada suatu bisnis usaha. Sehingga diharapkan pembeli dapat memahami mengenai hak, tanggungjawab dan proses yang harus diterapkan juga diakui pada saat transaksi.
- d. Untuk umum, baik masyarakat luas maupun para pelaku usaha, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mendeskripsikan pengaruh dari penerapan akad salam dan istishna baik dalam bidang pembayaran, penyerahan barang, syarat dan ketentuan.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yaitu sebuah urutan metode yang dibuat untuk dapat menyelesaikan sebuah riset pada suatu penelitian maupun pada karya ilmiah (Fitriati et al., 2021). Sistematika penulisan juga dapat menjadi kerangka awal dalam dasar penyusunan suatu penelitian. Secara umum isi skripsi terdiri dari 5 Bab, berikut runtutan dari sistematika penulisan skripsi (Fitriati et al., 2021) yaitu:

Bab I : Menguraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Menguraikan mengenai landasan teori setiap variabel, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan pengembangannya.

Bab III : Menguraikan mengenai objek dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, jenis dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data,

populasi dan sampel, operasional variabel, instrumen penelitian, teknik analisis data dan hipotesis statistik.

Bab IV : Menguraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, pembahasan, implikasi dan keterbatasan penelitian.

Bab V : Menguraikan mengenai kesimpulan dari penelitian, dan saran dari peneliti

