

**IMPLEMENTASI *PRINSIP ANTARADHIN* DALAM JUAL  
BELI ONLINE PRODUK FASHION DI SARISHOP  
BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam  
Progam Studi Ekonomi Syariah



**IAIN JEMBER**

Oleh :

**Candra Riya Nur Pribadi Putri**  
**E20172085**

Dosen Pembimbing :

**Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I**  
**NIP. 19730830 199903 1 002**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2021**

**IMPLEMENTASI *PRINSIP ANTARADHIN* DALAM JUAL  
BELI ONLINE PRODUK FASHION DI SARISHOP  
BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**Candra Riya Nur Pribadi Putri**  
**E20172085**

Disetujui Dosen Pembimbing



**Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I**  
**NIP. 19730830 199903 1 002**

**IMPLEMENTASI *PRINSIP ANTARADHIN* DALAM JUAL  
BELI ONLINE PRODUK FASHION DI SARISHOP  
BANYUWANGI**

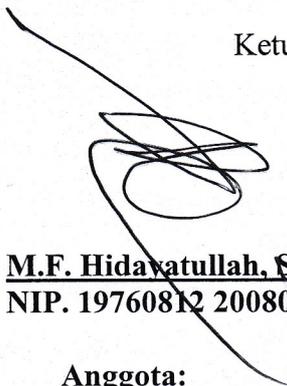
**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Hari : Kamis  
Tanggal : 27 Mei 2021

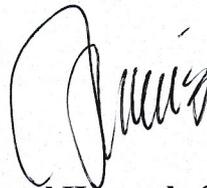
Tim Penguji

Ketua



**M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I**  
NIP. 19760812 200801 1 015

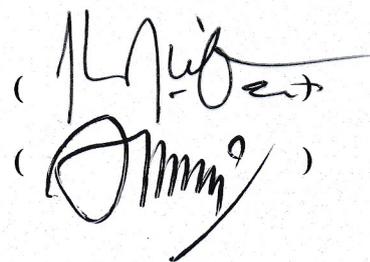
Sekretaris



**Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E**  
NUP. 201708173

Anggota:

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E, M.S.I
2. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag, M.E.I



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si.**  
NIP. 19680807 200003 1 001

## MOTTO

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan karena gila. Yang demikian itu, karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya” (Q.S Al-Baqarah: 275).<sup>1</sup>

إِذَا تَبَايَعُ الرَّجُلَانِ فَكُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا وَكَانَ جَمِيعًا

Artinya: “Bila dua orang telah berjual-beli. Maka masing-masing dari keduanya memiliki hak pilih, selama keduanya belum berpisah dan mereka masih bersama-sama (satu majlis).” (Riwayat Bukhari dan Muslim no: 1531).<sup>2</sup>

IAIN JEMBER

<sup>1</sup> Q.S Al-Baqarah: 275

<sup>2</sup> Riwayat Bukhari dan Muslim no: 1531.

## PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, berawal dari sebuah proses panjang, kemudian melangkah dengan penuh perjuangan, keikhlasan dan keyakinan kemudian diakhiri dengan ucapan dan rasa syukur yang begitu besar, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa syukur dan bahagia saya haturkan terima kasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua tercinta Abi (Alm) Nur Pribadi dan Ummi (Almh) Misriah, Abah Suyadi, Pakde Kasiyanto, Bude Suwariyah yang tidak henti-hentinya mendoakan, mendukung, dan motivasi ketika mulai putus asa, dan selalu mendukung dari awal kuliah hingga saat ini.
2. Untuk Mas Hammady Ghitsny yang selalu memberikan motivasi, semangat serta doanya.
3. Untuk Kakak saya yang tersayang yang selalu mendukung dan mendoakan selama saya kuliah.
4. Untuk Sahabatku Rismayani, Diyah dan Anggi yang menjadi sahabat seperjuangan menempuh pendidikan di bangku kuliah.
5. Seluruh Guru Sekolah mulai SD sampai SMA, dan Dosen yang telah memberikan Ilmu yang bermanfaat.
6. Almamater Tercinta IAIN Jember, terimakasih karena telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini. Semoga alumni-alumni mengibarkan dan mengharumkan namamu dengan membawa ilmu yang bermanfaat, amin.

7. Keluarga besar Program Studi Ekonomi Syariah Kelas ES2 angkatan 2017 yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk berdiskusi di kelas maupun di luar kelas.
8. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata Partisipatoris 2020 IAIN Jember Desa Gambiran Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi.
9. Teman-teman Praktek Pengalaman Lapangan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember. .



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji Syukur ke hadirat Allah Swt, yang senantiasa melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul: “*Implementasi Prinsip Antaradhin Dalam Jual Beli Online Produk Fashion Di Sarishop Banyuwangi*”. Shalawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Nabi kita yang Agung yaitu Nabi Muhammad Saw yang telah membawa kita dari alam kegelepan dan kebodohan menuju alam ilmiah yaitu *Dinul Islami*.

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana Hukum Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Jember dan sebagai wujud serta partisipasi penulis dalam mengembangkan dan mengaktualisasikan ilmu-ilmu yang telah penulis peroleh selama di bangku kuliah.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini., baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh Karena itu, perkenankan penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Abi dan Ummi yang selalu mendo'akan dan memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M. selaku Rektor IAIN Jember.
3. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Jember yang telah memberikan dorongan-dorongan/motivasi

akademis selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Jember serta mendoakan mahasiswa-mahasiswanya.

4. Ibu Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) terima kasih telah membimbing serta mengayomi kami khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah (ES)
5. Bapak M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Dosen Wali yang selalu memberi masukan, saran serta nasihat kepada saya selaku mahasiswa yang dibimbingnya.
6. Bapak Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I. selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih selalu membimbing saya dengan penuh kesabaran, ketulusan serta keikhlasan mulai awal hingga akhir.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember yang telah membekali kami ilmu serta pengetahuan serta semua staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember terima kasih atas pelayanan yang telah diberikan.
8. Pemilik Sarishop Sari Dewi Nur Cahyati Banyuwangi yang telah berkenan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Pihak terkait konsumen Sarishop Banyuwangi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menggali informasi sebagai bahan pendukung penelitian.

10. Semua pihak yang telah membantu penulis baik berupa nasihat maupun dorongan semangat yang tidak mungkin disebutkan satu per satu namanya, hanya doa kepada Allah yang dapat penulis panjatkan semoga menjadi amal yang shalih dan semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Amin

Penulis mohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan penulisan, penulis berharap saran dan kritiknya demi meningkatkan kualitas penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya penulis, Amin.

Jember, 16 Maret 2021.  
Penulis.

**Candra Riya Nur Pribadi Putri**  
**NIM. E20172085**

**IAIN JEMBER**

## ABSTRAK

**Candra Riya Nur Pribadi Putri, Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I., 2021,**  
*Implementasi Prinsip Antaradhin dalam jual beli online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi.*

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

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana Implementasi prinsip antaradhin dalam jual beli online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi? 2) Apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung dalam jual beli online shop di Sarishop?

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Implementasi prinsip antaradhin dalam jual beli online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung implementasi prinsip antaradhin di Sarishop.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dalam penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive* serta teknik pengumpulan data melalui Adapun teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini adalah : 1) Implementasi prinsip antradhin dalam Jual Beli Online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi. keridhaan juga dapat dijadikan tolak ukur atau indikator bahwa jual beli tersebut berada pada koridor yang benar serta dalam pelaksanaannya sesuai dengan syariat islam. Untuk mencapai suatu keridhaan dalam jual beli tidaklah mudah, hal ini disebabkan karena banyak hal yang dapat mempengaruhi timbulnya keridhaan antara penjual dan pembeli dalam suatu perniagaan. Beberapa diantaranya adalah syarat barang dan jasa yang dijual harus jelas dan tidak melanggar prinsip jual beli. Syarat mengenai penjual dan pembeli yang mana keduanya berakal sehat, baligh dan sebagainya yang sesuai dengan prinsip jual beli menurut islam. 2) Faktor pendukung dan penghambat di Sarishop Banyuwangi, Faktor Penghambat Faktor, penghambat dalam jual beli adalah segala sesuatu hal yang memiliki sifat menghambat atau menghalangi dan menahan terjadinya sesuatu. Sebagian masyarakat yang tidak paham tentang media sosial, kurangnya keyakinan dengan bisnis via online karena khawatir barang yang dibeli tidak sesuai gambar. Faktor Pendukung, dalam menjalankan bisnis online terdapat pula faktor pendukung jual beli online, perkembangan online shop di Indonesia dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia sehingga banyak orang yang mengakses internet dengan baik, dapat mempermudah berbelanja, tidak perlu ada pembelian yang rumit.

**Kata kunci:** Implementasi, prinsip antaradhin, jual beli online

## ABSTRACT

**Candra Riya Nur Pribadi Putri, Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I., 2021**  
Implementation of Antaradhin Principles in online buying and selling of Fashion Products at Sarishop Banyuwangi.

Technological developments have spurred changes in individual habits, including one in terms of the habit of buying and selling transactions. In the past, what was meant was that buying and selling transactions had to be done face-to-face where there was a direct transfer of goods from the seller to the buyer, i.e. the buyer had to meet the seller in the real market. Currently, it has shifted to an era where transactions are no longer carried out face-to-face, but have been through online media.

The focus of the problems studied in this thesis are: 1) How is the implementation of antaradhin principle in online buying and selling of Fashion Products at Sarishop Banyuwangi? 2) What are the inhibiting and supporting factors in buying and selling online shops at Sarishop?

The purpose of this study was to determine the implementation of antaradhin principle in online buying and selling of Fashion Products at Sarishop Banyuwangi. To find out the inhibiting and supporting factors for the implementation of the antaradhin principle in Sarishop.

This study uses a descriptive qualitative approach. In determining the research subjects using purposive techniques and data collection techniques through the data collection techniques using in-depth interviews, observation and documentation. The data validity technique uses source triangulation.

The results of this study are: 1) Implementation of antaradhin principles in Online Selling and Buying of Fashion Products at Sarishop Banyuwangi. Pleasure can also be used as a benchmark or indicator that the sale and purchase is on the right corridor and in its implementation in accordance with Islamic law. To achieve a pleasure in buying and selling is not easy, this is because many things can affect the emergence of pleasure between the seller and the buyer in a trade. Some of them are the terms of goods and services being sold must be clear and do not violate the principle of buying and selling. Conditions regarding the seller and the buyer, both of which are reasonable, mature, and etc, which are in accordance with the principles of buying and selling according to Islam. 2) Supporting and inhibiting factors at Sarishop Banyuwangi, inhibiting factors in buying and selling are everything that has the nature of inhibiting or hindering and holding back something. Some people who do not understand social media, lack confidence in online business because they are worried that the goods purchased do not match the picture. Supporting Factors, in online business there are also supporting factors for buying and selling online, the development of online shops in Indonesia with the increasing number of internet users in Indonesia so that many people access the internet well, can make shopping easier, there is no need for complicated purchases.

**Keywords:** Implementation, the principle of antaradhin, buying and selling online

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah .....	8
F. Sitematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	13
B. Kajian Teori.....	34
1. Prinsip Antaradhin .....	34
2. Bentuk Praktek Antaradhin.....	36

3. Strategi Pemasaran.....	38
4. Jual Beli .....	39
5. Jual Beli yang Dilarang oleh Islam.....	45
6. Jual Beli Online .....	49
7. Mekanisme dan Jual Beli secara Online .....	50
8. Jual Beli Online dalam prespektif Islam.....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	53
B. Lokasi Penelitian .....	53
C. Subjek Penelitian .....	54
D. Teknik Pengumpulan Data .....	54
E. Analisis Data .....	56
F. Keabsahan Data .....	58
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	59
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>61</b>
A. Gambaran Objek Penelitian.....	61
1. Produk Sarishop.....	61
2. Tata Cara Pelaksanaan Jual Beli di Sarishop.....	62
3. Jual Beli pada Sarishop di Media Sosial.....	62
4. Tatacara Pelaksanaan Jual Beli secara online di Sarishop.....	63
5. Jual Beli pada Sarishop di Media Sosial.....	64
B. Penyajian Data dan Analisis.....	64

1. Implementasi prinsip antradhin dalam Jual Beli Online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi .....	65
2. Faktor pendukung dan penghambatdi Sarishop Banyuwangi	67
C. Pembahasan Temuan .....	69
1. Implementasi prinsip antradhin dalam Jual Beli Online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi .....	70
2. Faktor pendukung dan penghambat di Sarishop Banyuwangi	73
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran-saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1. Pernyataan Keaslian Tulisan	
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian	
Lampiran 3. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
Lampiran 4. Jurnal Penelitian	
Lampiran 5. Dokumentasi	
Lampiran 6. Biodata Penulis	

## DAFTAR TABEL

2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	30
---	----



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu termasuk salah satunya dalam hal kebiasaan melakukan transaksi jual beli. Dahulu yang dimaksudkan 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. Terdapat berbagai macam produk yang dijual tidak lagi melakukan penjualan secara tatap muka semata, melainkan sudah menggunakan teknologi untuk melakukan penjualan secara online.<sup>3</sup>

Dengan perkembangan teknologi yang sudah semakin modern, seiring dengan telah lahirnya berbagai teknologi baru seperti telepon pintar (smartphone), tablet, dan berbagai gadget lainnya. Pada berbagai teknologi baru tersebut, konsumen dapat membeli berbagai fitur program dari pasar online yang terdapat pada berbagai teknologi tersebut baik secara gratis maupun berbayar. Dalam melakukan jual beli tentu tidak bisa dengan cara asal, ada aturan-aturan yang mengikatnya, apabila jika jual beli dikaitkan

---

<sup>3</sup> M. Umer Chapra, "Negara Sejahterpa Islami dan Perannya di Bidang Ekonomi", dalam Ainur R. Sophian, *Etika Ekonomi Poitik: Elemen-Elemen Strategi Pembangunan Masyarakat Islam*. (Surabaya: Risalah Gusti, 1997). 28.

dengan agama, karena dalam melakukan jual beli terdapat dua pihak yang salah satunya tidak boleh merasa dirugikan, jika ada yang merasa dirugikan maka batalah transaksi jual beli tersebut.<sup>4</sup>

Perilaku ekonomi ini sudah terbentuk sejak manusia sudah mulai membutuhkan individu lain yang memiliki barang atau jasa yang tidak dimilikinya, sedangkan ia membutuhkannya ataupun menginginkannya. Bentuk jual beli ini berkembang sesuai dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial. Dalam masyarakat primitif jual beli mengambil bentuk tukar menukar barang yang tidak sejenis. Namun sistem jual beli ini perlahan ditinggalkan setelah mereka mengenal uang sebagai alat tukar-menukar.

Meski tradisi jual beli secara konvensional ini ditinggalkan, tetapi kata Fath al-Duraini guru besar fikih Universitas Damaskus Syiria ini mengatakan bahwa esensi jual beli seperti ini masih berlaku, sekalipun untuk menentukan jumlah barang yang ditukar tetap diperhitungkan dengan nilai mata uang tertentu. Misalnya di Indonesia membeli spare part kendaraan ke Jepang, maka barang yang diimpor itu dibayar dengan minyak bumi dalam jumlah tertentu sesuai dengan nilai spare part yang diimpor di Indonesia itu.<sup>5</sup>

Bentuk kegiatan jual beli ini tentu mempunyai banyak nilai positif, diantara kemudahan dalam melakukan transaksi karena penjual dan pembeli tidak perlu repot bertemu untuk melakukan transaksi. OnlineShop biasanya menawarkan barang, harga, dan gambar. Dari situ pembeli memilih dan kemudian memesan barang yang biasanya akan dikirim setelah pembeli

---

<sup>4</sup> Yusuf AL-Qardhawi, "Norma dan Etika Ekonomi Islam". (Jakarta: Gema Insani Press, 1997 M). 31.

<sup>5</sup> Nasrun Haroen, " *Fiqh Muamalah* ", (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000) .112.

mentransfer uang. Dalam praktek kehidupan sehari-hari manusia sangatlah berdekatan dengan kata bisnis. Bisnis adalah kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan kehidupan masyarakat. Barang dan jasa akan didistribusikan pada masyarakat yang membutuhkan, dari kegiatan distribusi tersebut, pelaku bisnis akan mendapatkan keuntungan atau profit. Dengan adanya kebutuhan masyarakat akan suatu barang atau jasa maka bisnis akan muncul untuk memenuhinya.<sup>6</sup>

Islam mengatur semua kegiatan manusia termasuk dalam melakukan muamalah dengan memberikan batasan apa saja yang boleh dilakukan dan apa saja yang tidak boleh dilakukan. Dalam bisnis syariah, bisnis yang dilakukan harus berlandaskan sesuai syariah. Semua aturan yang ada dilakukan untuk menjaga pebisnis agar mendapatkan rezeki yang halal dan di ridhai oleh Allah SWT serta terwujudnya kesejahteraan distribusi yang merata. Maka etika atau aturan tentang bisnis syariah memiliki peran yang penting dalam bisnis berbasis syariah. Bisnis dengan basis syariah akan membawa wirausaha muslim dan muslimah kepada kesejahteraan dunia dan akhirat dengan selalu memenuhi standar etika perilaku bisnis.<sup>7</sup>

Dalam bisnis islam, perdagangan itu harus dilakukan atas dasar saling rela antara kedua belah pihak. Tidak boleh bermanfaat untuk satu pihak dengan merugikan pihak lain dan tidak boleh saling merugikan baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Dengan demikian bahwa setiap orang tidak boleh merugikan orang lain demi kepentingan diri sendiri (*vested interest*).

---

<sup>6</sup> Imam Hardjanto dan Amirul. “*Pengantar Bisnis*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.). 32.

<sup>7</sup> , Johan ,Arifin. *Etika Bisnis syariahi*, (Semarang: Walisongo Press, 2009). 45.

Sebab hal demikian, seolah-olah dia menghisap darahnya dan membuka jalan kehancuran untuk dirinya sendiri.<sup>8</sup>

Menurut konsep Islam, nilai-nilai keimanan dan akhlak seorang pedagang muslim memegang peranan penting dalam mempengaruhi penentuan kadar laba dalam transaksi perdagangan. Ada beberapa prinsip umum yang harus diperhatikan dalam proses sebuah akad muamalah termasuk didalamnya jual beli dan itu berkenaan dengan prinsip akhlak seorang pedagang salah satunya adalah Prinsip ‘antarādin. Prinsip saling ridha diantara para pihak yang berakad. Dalam hal ini tidak adanya unsur tadelis (penipuan) baik dari segi kualitas, kuantitas, harga maupun waktu penyerahan. Yang dalam konteks lain disebut juga dengan Asas Konsensualisme (Mabda’ ar-Radāiyyah), yaitu prinsip saling ridha dalam diri para pihak yang berakad. Kata ‘antarādin minkūm memiliki arti “saling ridha diantara kamu”, merupakan kalimat yang bersumber dari surah an-Nisa:<sup>9</sup>

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.” Para ulama menafsirkan beragam makna yang tersirat dalam ayat tersebut. Sebagian

<sup>8</sup> Yusuf Al-Qardhawi, *al- Halāl wal Harām fil Islām terj. Muammal Hamidy, Halal dan Haram Dalam Islam*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1993). 38.

<sup>9</sup> Q.S. An-Nisa/4: 29.

ulama berpendapat bahwa harus adanya khiyār diantara para pihak (penjual dan pembeli) setelah melakukan akad jual beli. Para ulama mengambil dalil hadis yang menyebutkan “*jual beli dengan khiyar sebelum keduanya berpisah*”. Dalam konteks hadis ini dipahami bahwa keridhaan itu adalah kebebasan untuk melanjutkan jual beli atau membatalkan selama belum berpisah Al-quran sebagai sumber nilai, memberikan batasan-batasan umum mengenai nilai-nilai prinsipil yang harus dijadikan acuan dalam berbisnis.<sup>10</sup>

Begitu juga model-model transaksi yang dilakukan hendaknya menjadi perhatian serius dari perilaku pasar muslim. Penegakan nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus didasari secara personal oleh setiap pelaku pasar. Artinya, nilai-nilai akhlak merupakan nilai yang sudah tertanam dalam diri para pelaku bisnis, karena ini merupakan refleksi dari keimanan kepada Allah. Dengan demikian seseorang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam islam bukan sekedar mencari besarnya keuntungan melainkan dicari juga keberkahan. Keberkahan usaha merupakan kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT.

Meskipun kebebasan dalam mu'amalah khususnya bidang perdagangan diberikan, namun prinsip-prinsip etika harus menjadi perhatian. Sistem perdagangan pada dasarnya sama dengan proses jual beli pada umumnya hanya saja penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung. Pada dasarnya jual beli memang membawa banyak keuntungan bagi pihak

---

<sup>10</sup> Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah: Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), 83.

penjual maupun pembeli. Salah satunya adalah lebih efisien dan efektif untuk setiap pihak dalam menjalankan jual beli online tersebut, di satu sisi jual beli online membawa berbagai dampak baik maupun buruknya sehingga hal inilah yang perlu di pertimbangkan mengenai asas hukum di dalamnya, sehingga berbagai kalangan termasuk kaum muslim di Indonesia dapat menikmati layanan jula beli online tersebut dengan aturan serta kejelasan hukum yang pasti.<sup>11</sup> Sebagaimana telah penulis jelaskan diatas beberapa prinsip yang sangat esensi menjadi pijakan dalam berbisnis terutama dalam hal menciptakan kepuasan bagi konsumen dengan lahirnya sikap keridhaan yang hakiki bukan bersifat semu serta tidak merasa terdhalimi dengan proses yang terjadi dan juga tidak mendhalimi diri sendiri. Maka penulis perlu melakukan sebuah penelitian pada bisnis online yang terjadi di Sarishop yang terletak di Kabupaten Banyuwangi. Dimana sarishop merupakan salah satu diantara kurang lebih 30 penjual online yang ada di kecamatan Banyuwangi. Sarishop menjadi pusat perbelanjaan masyarakat dari berbagai kalangan dari yang muda, hingga yang orang dewasa. Dengan mengamati kegiatan di sarishop tidak sedikit dari pebisnis yang juga ikut meramaikan bisnis jual beli online, namun pada pengaplikasiannya para pebisnis online shop dirasa kurangnya merapkan kaidah fiqih, etika, serta pemilihan akad yang sesuai dengan aturan islam dalam jual beli online. Dalam menerapkan keridhaan tersebut tentunya terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambatnya dalam lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Dengan adanya beberapa permasalahan

---

<sup>11</sup> Ardinata , “Keridhaan (Antaradhin) dalam Jual Beli Online”, *Journal Of Islamic Economics And Finances Studies (JIEFeS)*, Vol. 2, No. 1, (Januari, 2015), 90.

tersebut, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai **IMPLEMENTASI PRINSIP ANTARADHIN DALAM JUAL BELI ONLINE PRODUK FASHION DI SARISHOP BANYUWANGI.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi pokok masalah bagaimana “Implementasi Prinsip Antaradhin dalam Jual Beli Online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi”.

Adapun sub masalah yang menjadi pusat kajian dalam penelitian ini meliputi :

1. Bagaimana implementasi prinsip antradhin dalam Jual Beli Online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi?
2. Apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung dalam jual beli online shop di Sarishop?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun tujuan yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Implementasi prinsip antaradhin dalam jual beli online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan faktor pendukung dalam jual beli online shop di Sarishop.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Di dalam setiap penelitian khususnya penelitian yang sifatnya ilmiah tentunya sangatlah diharapkan memiliki dan membawa manfaat, baik itu bagi peneliti maupun bagi orang lain. Sebab unsur manfaat di dalam sebuah penelitian juga merupakan hal yang sangat penting. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Bagi peneliti**

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan peneliti mengenai materi yang dibahas maupun metode yang digunakan dalam meneliti serta dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang penerapan implementasi prinsip antaradhin dalam jual beli online produk fashion di Sarishop Banyuwangi.

##### **2. Bagi perguruan tinggi**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bahan bacaan dan sebagai masukan dan pertimbangan bagi para peneliti selanjutnya dan juga sebagai perbendaraan perpustakaan IAIN Jember untuk kepentingan ilmiah selanjutnya.

#### **E. Definisi Istilah**

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian penelitian di dalam judul penelitian. Tujuannya agar

tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana di maksud oleh penelitian.<sup>12</sup>

### 1. Implementasi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) istilah implementasi adalah pelaksanaan, penerapan dalam mencari bentuk tentang hal disepakati terlebih dahulu.

### 2. Prinsip Antradhin

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) istilah prinsip adalah asas, yaitu kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bentuk kegiatan, dan bertindak. Sedangkan antaradhin adalah pertukaran harta antara dua pihak atas dasar saling rela. Jadi prinsip antaradhin adalah bentuk-bentuk kegiatan yang mengedepankan sikap sama-sama ridha (rela) dalam kegiatan mu'amalah baik dalam proses transaksi maupun setelah transaksi terjadi (jual beli), dengan maksud tidak merugikan orang lain akibat menyembunyikan sesuatu informasi yang diketahui. Dalam prinsip ini keridhaan yang harus dijaga dan dilakukan oleh pedagang.<sup>13</sup>

### 3. Jual Beli Online

Jual beli secara etimologi diartikan “pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain”. Kata lain dari *al-ba'I* adalah *asy-syira'*. *Al-mubadah* dan *at-tijarah*. Adapun jual beli menurut terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya, antara lain:

---

<sup>12</sup> Tim penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 45.

<sup>13</sup> Gibtiah, “*Fikih Kontemporer*”, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 118.

- a. Menurut ulama Hanafiyah, jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).
- b. Menurut Imam Nawawi, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.
- c. Menurut Ibnu Qudamah, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk saling menjadikan milik.<sup>14</sup>

Sedangkan online istilah dimana ketika sedang terhubung dengan internet atau dunia maya, baik itu terhubung dengan akun media sosial, email, dan berbagai jenis akun yang lainnya. Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa jual beli online adalah suatu kegiatan jual beli dimana penjual dan pembeli tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi yang mana satu menerima benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh syara' dan disepakati oleh kedua belah pihak dengan menggunakan alat komunikasi seperti chat, telepon, sms dan sebagainya.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa maksud dari judul Implementasi Prinsip Antaradhin Dalam Jual Beli Online Produk Fashion Di Sarishop Banyuwangi adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

---

<sup>14</sup> Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), 73-74.

## F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan menjelaskan tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup, adapun sistematika pembahasan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

### **Bab I: Pendahuluan**

Bab ini menguraikan penjelasan mengenai latar belakang masalah, selanjutnya akan bahas mengenai identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

### **Bab II: Kajian Kepustakaan**

Bab ini menjelaskan lebih lanjut mengenai kajian atau landasan teori yang berkaitan dengan teori-teori yang mendasari penelitian ini yang dipaparkan tentang kajian terdahulu serta literature yang berhubungan dengan skripsi. Penelitian terdahulu yang mencantumkan penelitian sejenis yang telah diteliti sebelumnya dan kemudian teori yang berkaitan dengan tema skripsi.

### **Bab III: Metode Penelitian**

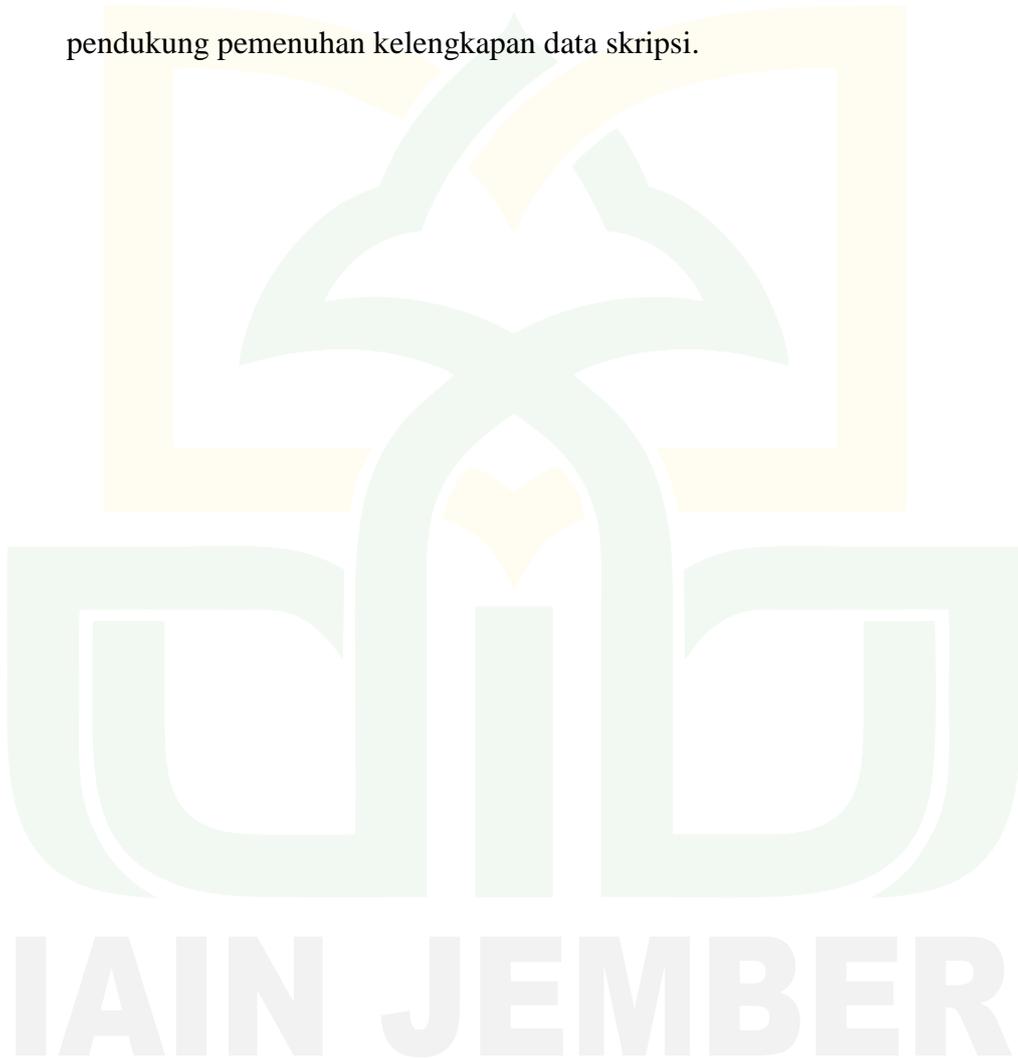
Bab ini menguraikan gambaran rinci yang meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data.

### **Bab IV: Penyajian dan Analisis Data**

Bab ini menguraikan tentang inti atau hasil penelitian, objek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan temuan.

## **Bab V: Penutup atau Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran dari peneliti. Berdasarkan kesimpulan itulah penulis akan memberikan saran kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan berupa lampiran-lampiran sebagai pendukung pemenuhan kelengkapan data skripsi.



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu.

Pada bagian kajian pustaka ini terbagi menjadi dua bagian, yakni: penelitian terdahulu dan kajian teori. Untuk mengetahui keaslian yang akan dihasilkan penelitian ini maka perlu disajikan hasil kajian atau penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya berkaitan dengan Implementasi Prinsip Antaradhin Dalam Jual Beli Online Produk Fashion Di Sarishop Banyuwangi. Beberapa penelitian itu adalah sebagai berikut:

1. Eka Wahyu Pradani, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android*”, (2019), Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

Skripsi ini berusaha menganalisa dan menjelaskan bentuk transaksi jual beli yang menggunakan teknologi adalah jual beli online. Fokus penelitian pada skripsi ini adalah *Pertama*, bagaimana praktik dalam jual beli online aplikasi android?. *Kedua*, bagaimana tinjauan hokum islam terhadap praktik jual beli online aplikasi android?. Peneliti menggunakan metode penelitian lapangan (*field reseacrh*), sifat penelitian ini adalah *deskriptif analisis*, dengan data kepustakaan.

Hasil penelitian antara lain; *Pertama*, bahwa praktik jual beli online aplikasi android yang dilakukan pada akun instagram@JualAppVip dan @Jualpremiumvip tidaklah sah (dilarang) karena tidak sesuai dengan rukun dan syarat jual beli. *Kedua*, adapun

mengenai praktik jual beli online aplikasi android adalah dibenarkan dalam islam selama orientasinya hanya pada pemanfaatan ilmunya saja, tetapi hal ini bertentangan dengan hokum syara' karena aplikasi android yang menjadi objek jual beli bukan merupakan kepemilikan penuh dari penjual, melainkan hasil dari pembajakan *software*(Pencurian) yang kemudian di komersialkan, sehingga kegiatan ini menimbulkan kerugian bagi pemilik asli aplikasi android tersebut.<sup>15</sup>

Persamaan penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti adalah pada objek penelitiannya yaitu jual beli online. Selain itu peneliti juga menggunakan pendekatan yang sama yaitu pendekatan kualitatif.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah objek kajiannya. Penelitian ini membahas tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android. Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

2. Yusuf Kurniawan, "*Pandangan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Online Dengan Sistem Lelang*", (2017), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta.

Dalam skripsi ini fokus penelitiannya adalah *Pertama*, bagaimana praktik jual beli mulia dengan sistem lelang di jejaring sosial facebook. *Kedua*, bagaimanakah tinjauan hokum islam terhadap jual beli online

<sup>15</sup> Eka Wahyu Pradani, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android",(Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2019).

batu mulia dengan sistem lelang di jejaring sosial facebook. Penyusunan peneliti menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan normatif. Teknik pengambilan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah; *Pertama*, dalam tinjauan hukum islam transaksi pada jula beli batu mulia online dengan sistem lelang adalah mubah. Jual beli sendiri pada dasarnya belum ada hukum islam yang mengatur secara khusus tentang jual beli online namun kemudian diqiyaskan dengan *bai'as-salam*. Karena jual beli ini dilakukan dengan sistem lelang maka harus terpenuhi seluruh rukun dan persyaratannya sesuai dengan aturan dalam hukum islam. Dalam jual beli batu mulia ini rukun dan syaratnya sudah terpenuhi. *Kedua*, penggunaan facebook bagi sarana jual beli online merupakan sebuah inovasi dari perkembangan teknologi sehingga memungkinkan menjual barang secara online dengan tidak melakukan tatap muka denganhal itu para peserta lelang juga dapat mengetahui dan melihat dengan jelas siapa saja orang-orang yang mengikuti lelang karena semua keterangan tersebut dapat dilihat di facebook.<sup>16</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah objek penelitiannya yaitu jual beli online. Adapun perbedaannya yaitu pada objek kajiannya. Penelitian ini menganalisis tentang Pandangan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Online

---

<sup>16</sup> Yusuf Kurniawan, "Pandangan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Online Dengan Sistem Lelang" ,( Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta, 2017).

Dengan Sistem Lelang, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti adalah implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah objek kajiannya. Peneliti ini membahas tentang Pandangan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Online Dengan Sistem Lelang. Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

3. Maudy Vena, “Meylinda, “*Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop*” ,(2017), Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makasar.

Skripsi ini berusaha menganalisa dan menjelaskan tentang pandangan ekonomi islam dalam minat jual beli sistem online. Fokus penelitian pada skripsi ini adalah *Pertama*, : Bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap minat beli sistem online shop?. Peneliti menggunakan metode penelitian lapangan, sifat penelitian ini adalah pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumnetasi.

Hasil penelitian antara lain; Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa informan atau mahasiswa yang telah diwawancarai lebih berminat untuk berbelanja di Online Shop dibandingkan di pasar dan di toko-toko karena di terdapat berbagai macam kemudahan, dapat menghemat waktu dan harganya pun lebih murah. Adapun pandangan

Ekonomi Islam mengenai Minat Beli di Online Shop yaitu berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak terdapat kezaliman, atau barang tersebut cacat serta unsur-unsur riba, dan juga penipuan. Menurut beberapa informan atau mahasiswa yang telah di wawancarai yaitu sah saja dalam berbelanja di Online Shop selama barang tersebut jelas dan tidak ada unsur riba maupun gharar didalamnya, dan harus ada kesepakatan antara kedua belah pihak yaitu antara pembeli dan penjual.<sup>17</sup>

Persamaan penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti adalah pada objek penelitiannya yaitu jual beli online. Selain itu peneliti juga menggunakan pendekatan yang sama yaitu pendekatan kualitatif.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah objek kajiannya. Peneliti ini membahas tentang Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

4. Disa Nusia Nisrina, "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen*", (2015), Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makasar.

Skripsi ini berusaha menganalisa dan menjelaskan tentang pandangan ekonomi islam dalam minat jual beli sistem online. Fokus penelitian pada skripsi ini adalah *Pertama*, : Bagaimanakah tinjauan

---

<sup>17</sup> Maudy Vena, "Meylinda," Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop", (Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makasar, 2017).

hukum Islam terhadap jual beli online?. *Kedua*: Bagaimanakah hak-hak konsumen dalam hukum Islam dan undang-undang perlindungan konsumen (UUPK)?. *Ketiga*: Bagaimanakah relevansi jual beli online dalam tinjauan hukum Islam terhadap undang-undang perlindungan konsumen (UUPK)?.

Peneliti menggunakan metode Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepustakaan (library research), yaitu peneliti akan mengkaji pokok masalah melalui literatur-literatur atau referensi-referensi yang berkaitan dan relevan dengan judul penelitian ini.

Hasil penelitian antara lain; 1) jual beli online yang mengandung kemaslahatan dan efisiensi waktu termasuk aspek muamalah yang pada dasarnya mubah (boleh), kecuali ada dalil yang mengharamkannya dan adanya kesepakatan para ulama terhadap transaksi jual beli melalui surat dan perantara, sehingga jual beli online diqiyaskan dengan jual beli melalui surat dan perantara selama dilakukan atas dasar prinsip kejujuran dan kerelaan, serta tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan. 2) hak-hak konsumen dalam hukum Islam berupa hak khiyar, diantaranya yaitu: khiyar majelis, khiyar 'aib, khiyar syarat, khiyar ta'yin, khiyar ar-ru'yah. Sedangkan hak-hak konsumen dalam UUPK, terdapat pada pasal 4 UUPK, yaitu hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar,

jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa; hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang xvii dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Jika dikaji secara mendalam dari segi pengaturan, nilai, dan tujuan, hak-hak konsumen dalam hukum Islam dan UUPK memiliki peran dan fungsi yang sama dalam perlindungan hak-hak konsumen. 3) Hukum Islam dan UUPK telah menekankan asas keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen yang dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan diantara keduanya. Relevansi jual beli online menurut hukum Islam terhadap UUPK, secara garis besar dapat disimpulkan berdasarkan asas dan tujuan yang terdapat pada UUPK dan hukum Islam, yaitu asas manfaat, keadilan, keamanan, keseimbangan, dan kepastian hukum dan dalam hukum Islam ditambahkan mengenai informasi terkait halal dan haram. Transaksi jual beli online dan UUPK sangat terkait, karena dalam transaksi jual beli online, pelaku usaha

dituntut tidak mengabaikan hak-hak konsumen, sehingga tercipta keseimbangan diantara keduanya.<sup>18</sup>

Persamaan penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti adalah pada objek penelitiannya yaitu jual beli online. Selain itu peneliti juga menggunakan pendekatan yang sama yaitu pendekatan kualitatif.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah objek kajiannya. Peneliti ini membahas tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

5. Aulia Nur Agustin, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Busana Muslim Pada Shofiya Collection Di Media Sosial*” ,(2018), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta.

Dalam skripsi ini fokus penelitiannya adalah *Pertama*, bagaimana transaksi jual-beli online busana muslim shofiya collection di media sosial?. *Kedua*, bagaimana tinjauan hukum islam terhadap jual beli online busana muslim shofiya collection di media sosial?. Penyusunan peneliti menggunakan penelitian kualitatif lapangan, yang dilakukan dalam kehidupan atau kenyataan yang sebenarnya.

Hasil dari penelitian ini adalah; bahwa dalam melakukan transaksi jual beli online ini terdapat beberapa alternatif dalam pelaksanaan

---

<sup>18</sup> Disa Nusia Nistrina, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen” (Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makasar, 2015).

akadnya, yakni dengan akad jual beli dan ba’I salam. Shofiya collection telah memenuhi unsur-unsur jual beli dalam hukum islam. Sistem jual beli online adalah bentuk muamalah diperbolehkan dalam hukum islam.<sup>19</sup>

Persamaan penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti adalah pada objek penelitiannya yaitu objeknya jual beli online. Selain itu peneliti juga menggunakan pendekatan yang sama yaitu pendekatan kualitatif.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah objek kajiannya. Peneliti ini membahas tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Busana Muslim Pada Shofiya Collection Di Media Sosial. Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

6. Indah Khoirotun Nisa’, “*Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Aqad Jual Beli Online Dalam Sistem Go-Food (Studi Kasus di Wilayah Ngaliyan Kota Semarang)*”, (2018), Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Fokus penelitian dari penelitian ini adalah *Pertama*; bagaimana praktek jual beli online dalam sistem go-food?. *Kedua*; bagaimna analisis hukum ekonomi syariah terhadap prakterk aqad jual beli online dalam sistem go-food?.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*).

Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara antara

---

<sup>19</sup> Aulia Nur Agustin, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Busana Muslim Pada Shofiya Collection Di Media Sosial” (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta, 2018).

driver go-jek dan customer di Ngaliyan kota Semarang. Sedangkan untuk data sekunder, peneliti menggunakan buku-buku, karya-karya, internet dan tulisan-tulisan yang berkaitan dengan multikad. Peneliti menggunakan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pertama praktek jual beli online yang ada di Ngaliyan Semarang terdapat beberapa prosedur atau langkah, yakni Customer memesan makanan tertentu dengan fitur Go-Food aplikasi Go-Jek di smartphone. Driver Go-Jek menerima pesanan tersebut kemudian membelikannya di warung sesuai permintaan customer. Driver Go-Jek menalangi atau meminjami customer terlebih dahulu untuk membeli pesanan customer. Driver Go-Jek mengantarkan pesanan tersebut pada customer. Customer membayar biaya makanan dan ongkos kirim sebagai uang ganti makanan dan biaya ongkos kirim atas jasa driver Go-Jek. Kedua, praktek jual beli online via Go-Food menggunakan 4 akad, akad qardh, akad wakalah, akad sewa-menyewa (ijarah) dan jual beli (bai'). Terkumpulnya akad-akad menjadi satu merupakan jenis akad multiakad (al-uqud-almurakkabah). Multiakad dalam praktek jual beli online dalam sistem Go-Food yang terjadi di wilayah Ngaliyan kota Semarang sah/boleh dilakukan menurut Hukum Islam.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Indah Khoirotun Nisa', "Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Aqad Jual Beli Online Dalam Sistem Go-Food (Studi Kasus di Wilayah Ngaliyan Kota Ssemarang)" (Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, 2018).

Persamaan penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti adalah pada objek penelitiannya yaitu objeknya jual beli online. Selain itu peneliti juga menggunakan pendekatan yang sama yaitu pendekatan kualitatif.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah objek kajiannya. Peneliti ini membahas tentang Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Aqad Jual Beli Online Dalam Sistem Go-Food (Studi Kasus di Wilayah Ngaliyan Kota Semarang). Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

7. Arum Agustin, *“Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Di SMK NEGERI 2 PONOROGO”*, (2020), Instiut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

Fokus penelitian dari penelitian ini adalah *Pertama*; adakah pengaruh online shop di media instagram terhadap perilaku konsumtif siswa kelas x SMKN 2 Ponorogo?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan koesioner. Analisis data yang digunakan yaitu regresi linier sederhana. Populasi dari penelitian ini adalah siswa kelas X jurusan kecantikan di SMKN 2 Ponorogo yang berjumlah 109 siswa dan sampel yang digunakan adalah 86 siswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:1) tingkat pengguna onlineshop di instagram siswa kelas X SMK Negeri 2 Ponorogo berada

pada kategori sedang yang memiliki frekuensi tertinggi yaitu 73 responden dengan persentase sebanyak 84,89%. 2) tingkat perilaku konsumtif siswa kelas X SMK Negeri 2 Ponorogo berada pada kategori sedang yang memiliki frekuensi tertinggi yaitu 68 responden dengan persentase sebanyak 79,06%. 3) Ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan onlineshop di media instagram terhadap perilaku konsumtif dengan nilai Fhitung = 33,101 dan dibandingkan dengan Ftabel dengan taraf signifikansi 5% yaitu 1,992. Maka  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , sehingga  $H_0$  diterima.<sup>21</sup>

Persamaan penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti adalah pada objek penelitiannya yaitu objeknya jual beli online. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah objek kajian dan jenis metode yang digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, sedangkan yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode kualitatif. Peneliti ini membahas tentang Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Di SMK NEGERI 2 PONOROGO. Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

8. Diah Lailaitul Awallia, *“Pengaruh Testimoni Dan Selebram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial*

---

<sup>21</sup> Arum Agustin, “Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Di SMK NEGERI 2 PONOROGO”. (Instiut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo 2020).

*Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo*”, (2018), Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Fokus penelitian dari penelitian ini adalah *Pertama*; Adakah pengaruh testimoni terhadap minat pembelian mahasiswa jurusan hukum ekonomi syariah fakultas syariah?. *Kedua*; adakah pengaruh selebram endorsement terhadap minat pembelian mahasiswa jurusan hukum ekonomi syariah fakultas syariah?. *Ketiga*; Adakah pengaruh testimoni dan selebgram endorsement terhadap minat pembelian mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan hukum ekonomi syariah angkatan 2015-2018 IAIN Ponorogo pengguna aktif instagram dengan jumlah mahasiswa 331. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 76 mahasiswa dengan teknik *purposive simple random sampling*. Dalam penelitian ini digunakan data primer yang diperoleh dari hasil angket yang telah diisi oleh mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dan data sekunder yang berkaitan dengan gambaran umum lokasi penelitian. Metode analisis datanya adalah uji regresi linier sederhana dan uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) testimoni berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian mahasiswa, yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,543 > 1,993$ ) dan nilai signifikansi  $0,001$ . (2)

selebgram endorsment berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian mahasiswa, yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,314 > 1,993$ ) dan nilai signifikansi 0,000 dan (3) secara bersama-sama menunjukkan bahwa testimoni dan selebgram endorsment berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat pembelian mahasiswa, yang ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $21,230 > 3,12$ ) dan nilai signifikansi 0,000.<sup>22</sup>

Persamaan penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti adalah pada objek penelitiannya yaitu objeknya online shop. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah objek kajian dan jenis metode yang digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, sedangkan yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode kualitatif. Peneliti ini membahas tentang Pengaruh Testimoni Dan Selebram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo. Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

9. Ariza Qurrota A'yun, "*Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Online Shop (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNUSA)*", (2019), Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya.

---

<sup>22</sup> Diah Lailaitul Awallia, "Pengaruh Testimoni Dan Selebram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo", (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2018).

Fokus penelitian dari penelitian ini adalah *pertama*; bagaimana motif mahasiswa pengguna online shop?. *Kedua*; bagaimana gaya hidup mahasiswa pengguna online shop?.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai perilaku konsumtif dan gaya hidup mahasiswa pengguna online shop, kemudian data tersebut dianalisis secara kritis dengan teori gaya hidup Adorno, sehingga di peroleh analisis yang mendalam tentang motif mahasiswa dan cara hidup mahasiswa pengguna online shop di prodi PGSD Universitas NU Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) Motif meliputi ikut-ikutan teman, ingin selalu update barang terbaru, penampilan gambar lebih bagus, lebih murah, cari untung, menghemat waktu (2) sedangkan gaya hidup mahasiswa hedonis di tunjukan dari gaya berpakaian yang mengkontruksikan citra diri yang gaul di lingkungan kampus.<sup>23</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama mengkaji tentang online shop. Persamaan penelitian ini juga terletak pada pendekatan penelitian yaitu pendekatan kualitatif.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah objek kajiannya. Peneliti ini membahas tentang Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Online Shop (Studi Pada

---

<sup>23</sup> Ariza Qurrota A'yun, "Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Online Shop (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNUSA)",(Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya 2019).

Mahasiswa PGSD UNUSA). Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

10. Asrul Usman, “*Strategi Periklanan Komunitas Online Shop Makassar Dagang Di Media Sosial Facebook*”, (2018), Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.

Fokus penelitian dari penelitian ini adalah dianalisis secara empiris dengan pendekatan studi lapangan (*field research*) penekatan teori komunikasi periklanan dan teori media massa khususnya sosial media facebook.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan format penelitian lapangan atau *field research*. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua rangkaian data, yaitu data lapangan dan data tertulis. Data lapangan yang dimaksud bersumber dari penelitian lapangan (*field research*) berupa hasil wawancara, observasi, dan studi dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa; strategi periklanan dalam perspektif pengelola online shop Makassar Dagang, yakni pemilihan media sosial facebook sebagai sarana komunikasi periklanan karena kelebihan sistem sosialnya yaitu fitur grup dimana sistem ini menciptakan ruang interaksi dan komunikasi bagi para pelaku bisnis sehingga terjadi pertukaran pesan yang intensif antarpedagang maupun pedagang dengan pembeli dalam satu grup. Tiga aspek dalam penyajian strategi periklanan Makassar Dagang di media sosial facebook, Pertama,

aspek visual berupa penyajian foto produk secara orisinal. Kedua, aspek komunikasi yaitu teks iklan yang memuat pesan tentang penjelasan atau spesifikasi produk, kelebihan-kelebihan produk, harga produk, dimana kalimat iklan dibuat lebih persuasif yang bertujuan untuk memengaruhi konsumen. Ketiga, aspek interaktif berupaya layanan proses pembelian atau transaksi, nomor kontak serta alamat penjual yang memungkinkan terjadinya interaksi secara langsung antara pedagang dan pembeli. Adapun faktor penghambat proses periklanan produk online shop Makassar Dagang, yaitu dari sisi pengelola belum menerapkan sebuah aturan yang tegas untuk mengatur identitas keanggotaan. Dari sisi penjual maupun pembeli juga ditemukan faktor penghambat yang terkait dengan ketidaklengkapan identitas atau ditemukan adanya akun palsu yang disalahgunakan oleh oknum tertentu.<sup>24</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama mengkaji tentang online shop. Persamaan penelitian ini juga terletak pada pendekatan penelitian yaitu pendekatan kualitatif.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah objek kajiannya. Peneliti ini membahas tentang Strategi Periklanan Komunitas Online Shop Makassar Dagang Di Media Sosial Facebook Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah

---

<sup>24</sup> Asrul Usman, "Strategi Periklanan Komunitas Online Shop Makassar Dagang Di Media Sosial Facebook", (Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar 2018).

tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

**Tabel 2.1**  
**Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian**  
**Terdahulu**

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Eka Wahyu Pradani (2019)	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android	Sama-sama menggunakan penelitian kualitatif, dan objek penelitiannya sama-sama tentang jual beli online.	Penelitian ini membahas tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android. Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.
2.	Yusuf Kurniawan (2017)	Pandangan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Online Dengan Sistem Lelang	Objek penelitiannya sama-sama membahas tentang jual beli online.	Peneliti ini membahas tentang Pandangan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Online Dengan Sistem Lelang. Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.
3.	Maudy Vena (2017)	Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online	Pembahasannya sama-sama membahas tentang sistem online shop.	Peneliti ini membahas tentang Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat

		Shop	Penelitian ini juga menggunakan pendekatan yang sama yaitu pendekatan kualitatif.	Beli Melalui Sistem Online Shop Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.
4.	Disa Nusia Nisrina (2015)	Analisis Pendapatan Keuntungan Usaha Pada Industri Bubuk Kopi Tradisional Aceh Di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat	Objek penelitiannya sama, yaitu sama-sama membahas tentang kopi.	Penelitian ini untuk mengetahui pendapatan keuntungan usaha pada penjualan bubuk kopi sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu tentang strategi pengelolaan risiko pada jual beli kopi. Dan juga penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode kualitatif.
5.	Aulia Nur Agustin (2015)	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen	Objek yang dibahas yaitu sama-sama mengkaji tentang jual beli online.	Peneliti ini membahas tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Busana Muslim Pada Shofiya Collection Di Media Sosial. Sedangkan yang

				dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.
6.	Indah Khoirotun Nisa (2018)	Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Aqad Jual Beli Online Dalam Sistem Go-Food (Studi Kasus di Wilayah Ngaliyan Kota Semarang)	Pada objek kajian yang dibahas yaitu sama-sama membahas tentang jual beli online.	Peneliti ini membahas tentang Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Aqad Jual Beli Online Dalam Sistem Go-Food (Studi Kasus di Wilayah Ngaliyan Kota Semarang). Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.
7.	Arum Agustin (2020)	Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Di SMK NEGERI 2 PONOROGO	Pada objek kajian yang dibahas yaitu sama-sama membahas tentang online shop.	Peneliti ini membahas tentang Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Di SMK NEGERI 2 PONOROGO. Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual

				<p>beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif</p>
8.	<p>Diah Lailaitul Awallia (2018)</p>	<p>Pengaruh Testimoni Dan Selebram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo</p>	<p>Pada objek kajian yang dibahas yaitu sama-sama membahas tentang online shop.</p>	<p>Peneliti ini membahas tentang Pengaruh Testimoni Dan Selebram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo. Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif</p>
9.	<p>Ariza Qurrota A'yun (2019)</p>	<p>Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Online Shop (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNUSA).</p>	<p>Peneliti ini sama-sama mengkaji tentang online shop. dan pendekatan penelitiannya sama yaitu pendekatan kualitatif.</p>	<p>Peneliti ini membahas tentang Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Online Shop (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNUSA). Sedangkan yang dibahas oleh</p>

				peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.
10.	Asrul Usman (2018)	Strategi Periklanan Komunitas Online Shop Makassar Dagang Di Media Sosial Facebook	Objek penelitian yaitu sama-sama tentang online shop. Penelitian ini juga memiliki pendekatan yang sama yaitu pendekatan kualitatif.	Peneliti ini membahas tentang Strategi Periklanan Komunitas Online Shop Makassar Dagang Di Media Sosial Facebook Sedangkan yang dibahas oleh peneliti adalah tentang implementasi jual beli jual beli online di sarishop Banyuwangi dalam keridhaan.

*Sumber: Data diolah dari peneliti terdahulu.*

## **B. Kajian Teori**

Kajian teori merupakan seperangkat definisi, konsep serta proposisi yang telah disusun rapi serta sistematis tentang teori-teori dalam sebuah penelitian. Memilih kajian teori sangatlah penting guna mendapatkan pengetahuan baru dan dijadikan sebagai pegangan secara umum. Hal ini memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian, dalam hal ini peneliti menggunakan acuan teori sebagai berikut:

### **1. Prinsip Antaradhin**

Bila dilihat dari segi arti harfiah ‘antaraḍin minkum, bahwa kata تَرَاضٍ memiliki wazan mufa’ala, yang artinya bahwa kalimat tersebut

menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara satu dengan lainnya. Kata dasar dari تَرَاضٍ adalah رَضِيَ yang artinya rela/suka. Malik bin Anas, Abu Hanifah, Abu Yusuf berpendapat, bahwa makna ‘antaraḍin minkum tersebut adalah keridhaan dalam jual beli terletak pada akad, penjual menyerahkan barang dan pembeli menyerahkan uangnya, baik ada khiyar atau tidak setelah atau masih dalam transaksi. Dengan alasan karena jual beli terjadi dengan lisan atau ucapan.<sup>25</sup>

Islam mensyaratkan setiap transaksi perdagangan harus berdasarkan kerelaan kedua belah pihak (penjual dan pembeli) yang terlibat. Transaksi tidak sah dengan ketidakrelaan salah satu atau kedua belah pihak. Karena keridhaan dalam bertransaksi adalah merupakan prinsip. Oleh karena itu transaksi barulah sah apabila didasari oleh rida kedua belah pihak. Sebuah kaidah fiqhiyah menyebutkan “*Hukum asal dalam transaksi adalah keridhaan kedua belah pihak yang berakad, hasilnya adalah berlaku sahnya yang diakadkan*”.<sup>26</sup>

Islam memperbolehkan adanya tawar menawar dan khiyar (peninjauan kembali atas transaksi) dengan syarat-syarat tertentu. Sebagai konsekuensi dari terwujudnya sebuah keridhaan dalam suatu transaksi. Perilaku mendapatkan harta orang lain tanpa kerelaan pemiliknya atau mendayagunakan harta benda bukan pada jalan yang dibenarkan adalah perilaku yang tidak dibenarka oleh syara’. Berdasarkan persyaratan ini,

<sup>25</sup> Ibnu Kasir, *Tafsir Al-Quran Al-‘Adhim*, (Malawi: Dārut Taqwā, t.t.), 558.

<sup>26</sup> A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalahmasalah yang Praktis*, (Jakarta: Pranata Media, 2006), 130.

para ulama' menegaskan bahwa tidak sah akad penjualan yang dilakukan oleh orang terpaksa. karena akad tersebut tidak didasari oleh asas suka sama suka. Sehingga dengan prinsip ini tidak akan ada pihak-pihak yang akan terdhalimi akibat dari ketidak ridhaannya.

## 2. Bentuk Praktek Antaradhin

Adiwarman A. Karim menyebutkan bahwa wujud dari sikap 'antaradhin adalah para pihak yang berakad harus memiliki informasi yang sama (complete informasi). Tidak boleh ada sikap merasa dicurangi karena salah satu pihak mempunyai informasi dengan tidak memberikan tahukan informasi yang dia ketahui kepada pihak lain.<sup>27</sup> Di dalam antaradhin harus ada yang namanya keterbukaan, kejujuran, dan keadilan. Prinsip-prinsip tersebut diajarkan Islam untuk diterapkan dalam kehidupan di dunia perdagangan yang memungkinkan untuk memperoleh keberkahan usaha. Keberkahan usaha berarti memperoleh keuntungan dunia dan akhirat. Keuntungan di dunia berupa relasi yang baik dan menyenangkan, sedangkan keuntungan akhirat berupa nilai ibadah karena perdagangan yang dilakukan dengan jujur. Islam juga sangat memperhatikan norma yang berlaku dalam masyarakat umum dan berlaku secara universal seperti persaingan sehat, prinsip-prinsip kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Nilai-nilai ini sangat ditekankan dalam Islam bahkan selalu dikaitkan dengan keimanan kepada Allah. Keterikatan seorang muslim dengan norma-norma ini akan menjadi sistem pengendali yang bersifat otomatis

---

<sup>27</sup> Adiwarman A. Karim, Bank Islam, *Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi IV, (Jakarta: Rajawali Pers, Cet. VII, 2010). 31.

bagi pelakunya dalam aktifitas pasar. Untuk memperoleh keberkahan dalam jual-beli, Islam mengajarkan prinsip-prinsip sebagai berikut :

- a. Jujur dalam menakar dan menimbang.
- b. Menjual barang yang halal.
- c. Menjual barang yang baik mutunya.
- d. Tidak menyembunyikan cacat barang.
- e. Tidak melakukan sumpah palsu.
- f. Longgar dan murah hati.
- g. Tidak menyaingi penjual lain
- h. Tidak melakukan riba.<sup>28</sup>

Antaradhin merupakan prinsip yang mesti ada dalam proses jual beli, karena interaksi manusia dalam melakukan berbagai transaksi termasuk jual beli haruslah berdasarkan asas-asas yang berlaku pada mu'amalat seperti kepentingan bersama melalui pertukaran manfaat, atas dasar saling merelakan, saling menguntungkan, saling percaya mempercayai, dan bekerjasama sehingga tidak menimbulkan perdagangan yang saling menipu.<sup>29</sup>

Beragam definisi mengenai tadelis yang diberikan oleh para fuqaha dengan maksudnya sama yaitu menyembunyikan aib pada barang sehingga tidak diketahui oleh pembeli dan mengakibatkan nilai suatu barang berkurang dan harga terhadap barang yang dijual dapat dinaikkan atau sebagaimana harga yang berlaku di pasaran. Muhammad Abu Zahrah

<sup>28</sup> Burhanuddin Salam, *Etika Sosial Asas Moral dalam Kehidupan Manusia* (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), 23.

<sup>29</sup> Prof. DR. S. Praja Juhaya, *Filsafat Hukum Islam* (LPPM UNISBA: Bandung, 1995), 114.

menyebutkan bahwa tadlis merupakan usaha menyembunyikan aib yang terdapat pada barang dari pembeli. Transaksi terhadap barang tersebut yang jelas ada aibnya tidak dibarengi dengan penjelasan. Dan syara' tidak mengakui transaksi seperti itu baik dengan menipu atau menutup aib yang ada pada objek akad.<sup>30</sup>

### 3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yaitu memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.<sup>31</sup>

Strategi pemasaran adalah upaya merencanakan dan melaksanakan konsep penetapan harga, promosi dan distribusi barang. Strategi pemasaran terdiri dari strategi umum dan menyeluruh pemasaran, strategi penetrasi pasar, strategi acuan/bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi acuan/bauran pemasaran merupakan strategi yang berkaitan dengan penawaran produk pada segmen pasar tertentu. *Marketing mix* merupakan kombinasi variabel yang dapat dikendalikan oleh produsen atau perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen untuk menggunakan atau membeli produk.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup>Ibid. 48.

<sup>31</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017),168.

<sup>32</sup>Ibid., 198.

#### 4. Jual beli

##### a. Pengertian Jual Beli

Perkataan jual beli terdiri dari dua suku kata yaitu “jual dan beli”. Sebenarnya kata “jual dan beli” mempunyai arti yang satu sama lainnya bertolak belakang. Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli. Dengan demikian, perkataan jual beli menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak lain membeli. Dalam hal ini, terjadilah peristiwa hukum jual beli yang terlihat bahwa dalam perjanjian jual beli terlibat dua pihak yang saling menukar atau melakukan pertukaran.<sup>33</sup>

Jual beli di syariatkan berdasarkan Al-Qur’an, sunnah, dan ijma’ yakni:

##### 1) Al-Qur’an

Allah berfirman dalam Al-Qur’an surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي  
 يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ  
 الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ  
 رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ  
 أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

<sup>33</sup>Suhrawardi K. Lubis dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), 139.

Artinya: *Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.* (QS. Al- Baqarah: 275).<sup>34</sup>

Allah berfirman dalam Al-Qur’an surat An-Nisa’ ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا  
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ  
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *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.* (QS. An-Nisa’: 29).<sup>35</sup>

## 2) As-sunnah

Ketika Nabi Muhammad SAW ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik, beliau menjawab:

سُئِلَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ: عَمَلُ  
 الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ.

Artinya: *“Nabi SAW. Ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik. Beliau menjawab,”Seseorang bekerja*

<sup>34</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Ash-Shafa dan Terjemahnya*, 47.

<sup>35</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Ash-Shafa dan Terjemahnya*, 83.

*dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur.”*<sup>36</sup>  
(HR. Bajjar, Hakim menyahihkannya dari Rifa’ah Ibn Rafi’).

Maksud mabrur dalam hadist di atas adalah jual beli yang terhindar dari usaha tipu-menipu dan merugikan orang lain.

## b. Syarat Jual Beli

### 1) Tentang Subjeknya

Kedua belah pihak yang melakukan perjanjian jual beli haruslah :<sup>37</sup>

- a) Berakal, agar dia tidak terkicuh, orang gila atau bodoh tidak sah jual belinya. Maksudnya adalah dapat membedakan atau memilih mana yang terbaik bagi dirinya. Apabila salah satu pihak tidak berakal maka jual beli yang diadakan tidak sah.
- b) Dengan kehendaknya sendiri (bukan dipaksa). Maksudnya adalah bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan tekanan atau paksaan atas pihak lain, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan disebabkan kemauan sendiri, tapi ada unsur paksaan.
- c) Keduanya tidak mubazir. Maksudnya adalah pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli bukanlah manusia yang boros (mubazir), sebab orang yang boros di dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak cakap bertindak. Maksudnya, dia tidak dapat melakukan sendiri perbuatan

<sup>36</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, 75.

<sup>37</sup> Suhrawardi K. Lubis dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*, 141-142.

hukum walaupun kepentingan hukum itu menyangkut kepentingannya sendiri.

- d) Baligh. Persyaratan selanjutnya tentang subjek atau orang yang melakukan perbuatan hukum jual beli tersebut adalah baligh atau dewasa. Dewasa dalam hukum Islam adalah apabila telah berumur 15 (lima belas) tahun, atau telah bermimpi (bagi anak laki-laki) dan haid (bagi anak perempuan).

## 2) Tentang Objeknya

Yang dimaksud dengan objek jual beli di sini adalah benda yang menjadi sebab terjadinya jual beli. Benda yang dijadikan sebagai objek jual beli ini haruslah memenuhi syarat-syarat berikut:<sup>38</sup>

- a) Bersih barangnya. Adapun yang dimaksud dengan bersih barangnya adalah barang yang diperjual belikan bukanlah benda yang di kualifikasi sebagai benda najis, atau digolongkan sebagai benda yang diharamkan.
- b) Dapat dimanfaatkan. Pengertian barang yang dapat dimanfaatkan tentunya sangat relatif, sebab pada hakikatnya seluruh barang yang dijadikan sebagai objek jual beli merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, seperti untuk dikonsumsi (beras, buah-buahan, ikan, sayur mayur, dan lain-lain). Dinikmati keindahannya (hiasan rumah, bunga-bunga,

---

<sup>38</sup>Ibid, 143.

dan lain-lain), dinikmati suaranya (radio, televisi dan lain-lain), serta dipergunakan untuk keperluan yang bermanfaat seperti membeli seekor anjing untuk berburu.<sup>39</sup>

- c) Milik orang yang melakukan akad. Maksudnya bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli atas sesuatu barang adalah pemilik sah barang tersebut atau telah mendapat izin dari pemilik sah barang tersebut. Dengan demikian, jual beli barang yang dilakukan oleh orang yang bukan pemilik atau yang berhak berdasarkan kuasa pemilik, dipandang sebagai perjanjian jual beli yang batal.
- d) Mampu menyerahkan. Yang dimaksud dengan mampu menyerahkan ialah penjual (baik sebagai pemilik maupun sebagai kuasa) dapat menyerahkan barang yang dijadikannya sebagai objek jual beli sesuai dengan bentuk dan jumlah yang di perjanjikan pada waktu penyerahan barang kepada pembeli.
- e) Mengetahui. Mengetahui disini dapat diartikan secara lebih luas, yaitu melihat sendiri keadaan barang, baik mengenai hitungan, takaran, timbangan, atau kualitasnya. Sedangkan menyangkut pembayarannya, kedua belah pihak harus mengetahui tentang jumlah pembayaran maupun jangka waktu pembayaran.

---

<sup>39</sup>M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam* (Fiqh Muamalat), (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 124.

- f) Barang yang diakadkan di tangan. Menyangkut perjanjian jual beli atas sesuatu barang yang belum di tangan (tidak berada dalam penguasaan penjual) dilarang, sebab bisa jadi barang tersebut rusak atau tidak dapat diserahkan sebagaimana telah di perjanjikan.<sup>40</sup>

### c. Rukun Jual Beli

#### 1) Akad (ijab qabul)

Akad adalah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab dan qabul dilakukan, sebab ijab qabul menunjukkan kerelaan (keridhaan). Adanya kerelaan tidak dapat dilihat sebab kerelaan berhubungan dengan hati, kerelaan dapat diketahui melalui tanda-tanda lahirnya, tanda yang jelas menunjukkan kerelaan adalah ijab dan qabul.

Pada dasarnya, ijab dan qabul dilakukan dengan lisan, tetapi apabila tidak memungkinkan (seperti bisu atau yang lainnya, maka ijab dan qabul boleh menggunakan surat menyurat yang mengandung arti ijab qabul.<sup>41</sup>

Kedua belah pihak yang berakad (Aqidan). Jika dikatakan aqid, maka langsung tertuju kepada penjual dan pembeli karena keduanya mempunyai andil dalam terjadinya pemilikan dengan harga dan syarat yang dimana syarat aqid ada empat diantaranya

<sup>40</sup>Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), 116.

<sup>41</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 151.

dewasa atau sadar, tidak dipaksa atau tanpa hak, beragama Islam, dan pembeli bukan musuh.<sup>42</sup>

Dalam jual beli ada empat macam syarat, yaitu syarat terjadinya akad (*in'iqad*), syarat sahnya akad, syarat terlaksananya akad (*nafadz*), dan syarat *lujum*. Secara umum tujuan adanya semua syarat tersebut antara lain untuk menghindari pertentangan diantara manusia, menjaga kemaslahatan orang yang sedang berakad, menghindari jual beli gharar (terdapat unsur penipuan, dan lain-lain).<sup>43</sup>

## 5. Jual beli yang dilarang dalam Islam

Terlarang sebab ahliah (ahli akad). Ulama telah sepakat bahwa jual-beli dikategorikan sah (sah) apabila dilakukan oleh orang yang baligh, berakal, dan dapat memilih. Mereka (aqid) yang dipandang tidak sah jual belinya adalah sebagai berikut ini :<sup>44</sup>

- a. Jual beli orang gila. Jual beli orang yang gila tidak sah, begitu pula sejenisnya, seperti orang mabuk.
- b. Jual beli anak kecil. Jual beli yang dilakukan oleh anak kecil (belum mumayyiz) dipandang tidak sah. Menurut ulama Syafi'iyah, jual beli yang dilakukan anak yang belum baligh itu tidak sah sebab tidak ada ahliah. Sedangkan menurut beberapa ulama lainnya, jual beli yang dilakukan anak kecil dipandang sah jika diizinkan oleh walinya.

<sup>42</sup> Abdul Aziz Muhammad, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2017), 38.

<sup>43</sup> Ibid., 76.

<sup>44</sup> Ibid, 93-94.

- c. Jual beli orang buta. Menurut ulama Syafi'iyah, jual beli yang dilakukan oleh orang yang buta itu tidak sah karena orang tersebut tidak dapat membedakan barang yang jelek dan barang yang bagus.
- d. Jual beli yang terpaksa. Hukum jual beli yang dilakukan oleh orang yang terpaksa adalah tidak sah karena dalam kegiatan jual beli harus ada rasa keridhaan (kerelaan) ketika melakukan akad.
- e. Jual beli fudhul. Jual beli fudhul ini tidak sah karena jual beli milik seseorang tanpa seizin pemiliknya. Terlarang sebab shighat. Ulama Fiqh telah sepakat atas sahnya jual beli yang didasarkan pada keridhaan diantara pihak yang melakukan akad, ada kesesuaian di antara ijab dan qabul, berada di satu tempat, dan tidak terpisah oleh suatu pemisah. Jual beli yang tidak memenuhi ketentuan tersebut dipandang tidak sah.<sup>45</sup>

Terlarang sebab *ma'qud alaih* (barang jualan). Secara umum, *ma'qud alaih* adalah harta yang dijadikan alat pertukaran oleh orang yang akad, yang biasa disebut mabi' (barang jualan) dan harga. Ulama Fiqh sepakat bahwa jual beli dianggap sah apabila *ma'qud alaih* adalah barang yang tetap atau bermanfaat, berbentuk, dapat diserahkan, dapat dilihat oleh orang-orang akad, tidak bersangkutan dengan milik orang lain, dan tidak ada larangan dari syara'. Ada beberapa masalah yang disepakati oleh sebagian ulama, tetapi diperselisihkan oleh ulama lainnya, diantaranya berikut ini:<sup>46</sup>

<sup>45</sup>Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta,2009), 251.

<sup>46</sup>Ibid., 252.

- a. Jual beli gharar. Jual beli gharar adalah jual beli barang yang mengandung kesamaran atau tidak jelas. Hal itu dilarang dalam Islam sebab Rasulullah SAW bersabda:

لَا تَشْتَرُوا السَّمَكَ فِي الْمَاءِ فَإِنَّهُ غَرَرٌ.

Artinya: “janganlah kamu membeli ikan di dalam air karena jual beli seperti itu termasuk gharar (menipu).<sup>47</sup> (HR. Ahmad).

Menurut Ibn Jazi al-Maliki, gharar yang dilarang ada sepuluh macam, yaitu tidak dapat diserahkan, tidak diketahui harga dan barang, tidak diketahui sifat barang atau harga, tidak diketahui ukuran barang dan harga, tidak diketahui masa yang akan datang, menghargakan dua kali pada satu barang, jual beli *husha'* (apabila barang jatuh, maka harus dibeli), jual beli *munabadzah* (jual beli dengan cara lempar-melempar, dan jual beli *mulasanah* (apabila mengusap baju/kain, maka wajib membelinya).<sup>48</sup>

- b. Jual beli barang yang najis dan terkena najis
- c. Jual beli benda yang tidak ada dan tidak jelas (majhul)
- d. Jual beli barang yang tidak dapat diserahkan
- e. Jual beli barang yang tidak ada di tempat akad, tidak dapat dilihat (ghaib)
- f. Jual beli buah-buahan atau tumbuhan

Terlarang sebab syara'. Ulama sepakat membolehkan jual beli yang memenuhi persyaratan dan rukunnya. Namun, ada beberapa masalah

<sup>47</sup> Rachmat syafe'i, *Fiqh Muamalah*, 97.

<sup>48</sup> Buchari Alma dam Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, 252-253.

yang diperselisihkan diantaranya: Jual beli riba. Menurut bahasa, riba berarti tambahan atau bertambah, berkembang, berbunga berlebihan, atau menggelembung. Sedangkan menurut istilah, Syaikh Muhammad Abduh berpendapat bahwa riba adalah penambahan-penambahan yang diisyaratkan oleh orang yang memiliki harta kepada orang yang meminjam hartanya (uangnya), karena pengunduran janji pembayaran oleh peminjam dari waktu yang telah ditentukan.<sup>49</sup>

Selain karena Allah dan Rasulnya melarang atau mengharamkan riba, sebab-sebab lainnya adalah:<sup>50</sup>

- a. Karena riba menghendaki pengambilan harta orang lain dengan tidak ada imbangannya.
- b. Karena dengan melakukan riba, seseorang menjadi malas berusaha yang sah menurut syara'.
- c. Riba menyebabkan putusnya perbuatan baik terhadap sesama manusia dengan cara utang piutang atau menghilangkan faedah utang piutang sehingga riba lebih cenderung memeras orang miskin daripada menolong orang miskin.
- d. Jual beli dengan uang dari barang yang diharamkan
- e. Jual beli barang dari hasil pengecatan barang
- f. Jual beli memakai syarat.

<sup>49</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 57.

<sup>50</sup> *Ibid.*, 60.

## 6. Jual Beli Online

### a. Pengertian Jual Beli Online

Jual beli online sering kali disebut juga dengan online shopping, atau jual beli melalui media internet. Menurut Alimin mendefinisikan jual beli online sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.<sup>51</sup>

Transaksi jual beli di dunia maya atau e-commerce merupakan salah satu produk dari internet yang merupakan sebuah jaringan komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lainnya melalui media komunikasi seperti kabel, telepon, satelit. E-commerce juga dapat meliputi transfer informasi secara elektronik antara bisnis, dalam hal ini menggunakan Electronic Data Interchange (EDI).<sup>52</sup>

E-commerce merupakan salah satu implementasi dari bisnis online. Berbicara mengenai bisnis online tidak terlepas dari transaksi seperti jual beli via internet. Transaksi inilah yang kemudian dikenal dengan electronic commerce yang lebih populer dengan istilah e-commerce, yang artinya merupakan aktivitas pembeli, penjualan,

---

<sup>51</sup> Imam Mustofa, “*Transaksi Elektronik (E-Commerce) dalam Perspektif Fiqh*”, Jurnal Hukum Islam, (Pekalongan: STAIN Pekalongan, Volume 10, No. 2, Desember 2012), 159.

<sup>52</sup> Ridwan Sanjaya dan Wisnu Sanjaya, *Membangun Kerajaan Bisnis Online (Tuntunan Praktis Menjadi Pembisnis Online)*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2009), 36.

pemasaran dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan komputer.<sup>53</sup>

Jual beli melalui media elektronik adalah transaksi jual beli yang dilakukan via teknologi modern, tergantung rukun dan syarat yang berlaku dalam jual beli. Apabila rukun dan syarat terpenuhi maka transaksi semacam ini sah. Sebagai sebuah transaksi yang mengikat, apabila tidak terpenuhi, maka transaksi tersebut tidak sah. Umumnya, penawaran dan akad dalam transaksi elektronik dilakukan secara tertulis, dimana suatu barang dipajang dihalaman internet dengan dilebeli harga tertentu. Kemudian bagi konsumen atau pembeli yang menghendaki maka mentransfer uang sesuai dengan harga yang tertera dan ditambah ongkos kirim.<sup>54</sup>

## 7. Mekanisme dan Proses Jual Beli Online

Dalam transaksi jual beli online biasanya telah didahului oleh penawaran jual beli. Sebelum itu mungkin terjadi penawaran secara online melalui website situs di internet atau posting di mailing list atau news group dengan modul busines to busines atau busines to commerce.<sup>55</sup>

Menurut Cavanilas dan Nadal dalam tesis Arsyad pada umumnya jual beli online memiliki beberapa cara dan tipe dalam pelaksanaannya, diantaranya:

<sup>53</sup> Ibid. 36.

<sup>54</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 33.

<sup>55</sup> Sanusi Arsyad, *Transaksi Bisnis Elektronik Commerce(e-commerce): Studi tentang Permasalahan-Permasalahan Hukum dan Solusinya*, tesis Magister, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia . 2000),53.

- a. Transaksi melalui chatting atau video conference adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet seperti melalui telepon, chatting dilakukan melalui tulisan sedangkan video conference dilakukan melalui media elektronik dimana orang dapat melihat gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran.
- b. Seseorang yang melakukan transaksi dengan e-mail, sebelumnya sudah harus memiliki e-mail address. Selanjutnya sebelum melakukan transaksi, pembeli sudah mengetahui e-mail yang akan dituju dan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian pembeli menulis spesifikasi produk alamat pengiriman dan cara pembayaran. Selanjutnya pembeli akan menerima konfirmasi dari penjual tentang barang yang diorder tersebut Model transaksi melalui website atau situs resmi yaitu dengan cara ini penjual menyediakan daftar atau katalog barang yang dijual dengan disertai deskripsi produk yang dijual. Pada model transaksi ini dikenal istilah order form dan shopping cart. Order form adalah format pemesanan yang berisi tentang spesifikasi barang yang dipesan, cara pembayaran dan informasi lain yang berkaitan proses jual beli yang dilakukan. Sedangkan shopping cart adalah sebuah software di dalam website yang memberikan keleluasaan bagi pelanggan untuk melihat toko yang dibuka dan memilih item untuk diletakkan dalam kereta belanja yang kemudian membelinya setelah check out.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Ibid, 56.

## 8. Jual Beli Online dalam Perspektif Islam

Menurut Ibnu Khaldun bahwa manusia berkarakter dasar sebagai makhluk sosial dan berperadaban yang membutuhkan pergaulan sosial yang tentunya membawa konsekuensi adanya transaksi muamalah serta pertukaran barang dan jasa. Hal ini memerlukan prinsip-prinsip yuridis samawi yang mengatur semuanya agar sesuai dengan sunnatullah, keharmonisan dan keadilan sosial. Prinsip-prinsip syariah dalam pertukaran dan kontrak muamalah yang dapat digunakan untuk melakukan tinjauan hukum atas setiap transaksi sepanjang zaman, termasuk era modern untuk kemaslahatan semua pihak.<sup>57</sup>



---

<sup>57</sup> Utomo. *Fiqh Aktual, Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2003.), 66.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif.<sup>58</sup> Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi prinsip antaradhin yang dilakukan oleh sarishop pada saat melakukan kegiatan jual beli online. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui Prinsip Antaradhin yang dihadapi oleh sarishop.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif peneliti ingin mengetahui secara langsung sarishop dalam hal melakukan prinsip antaradhin yang terjadi kemudian peneliti akan menganalisis data yang diperoleh dengan menggambarkan dan mendeskripsikannya.

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian deskriptif. Adapun dipilihnya jenis penelitian adalah karena penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti dan memahami fenomena-fenomena yang ada untuk mendapatkan data yang faktual dan akurat.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di Lingkungan Kanal Kelurahan Lateng, Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah karena mayoritas konsumen banyak berbelanja di sarishop secara online.

---

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 9.

### C. Subjek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi apa saja yang diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian, bagaimana data akan di cari dan di jaring sehingga validitasnya dapat di jamin.<sup>59</sup>

Untuk menentukan subyek penelitian sebagai sumber informasi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive* atau penentuan informan ditentukan sendiri oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu tersebut misalnya, orang tersebut yang dianggap paling mengetahui tentang permasalahan yang akan diteliti.

Adapun informan yang akan dipilih adalah sebagai berikut:

1. Pemilik Sarishop, Kecamatan Banyuwangi
2. Konsumen pertama atas nama Eka Bela Yuniar alamat Sukowidi, Banyuwangi.
3. Konsumen kedua atas nama Nur Jihan Mardiah alamat Sukowidi Banyuwangi.
4. Konsumen ketiga atas nama Luky Anggita Sari alamat Kanalan Banyuwangi.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam proses pengumpulan data, seperti wawancara dan observasi yang masing-masing proses tersebut mempunyai peranan penting dalam upaya mendapatkan informasi yang akurat.

---

<sup>59</sup> Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember, IAIN Jember Press, 2017), 46.

Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. Observasi.

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dalam hal ini peneliti menggunakan observasi non partisipan, dimana peneliti tidak terlibat secara langsung dan hanya sebagai pengamat independen. Adapun yang akan diamati oleh peneliti meliputi:

- a. Cara melaksanakan kegiatan jual beli online shop.
- b. Cara pemilik sarishop dalam menerapkan prinsip antaradhin.

#### 2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan mencari bahan (keterangan, pendapat) melalui tanya jawab lisan dengan siapa saja yang diperlukan. Wawancara diadakan untuk mengungkapkan latar belakang, motif-motif yang ada disekitar masalah yang di observasi.<sup>60</sup>

Dalam teknik ini peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>61</sup>

Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara yang hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan,

---

<sup>60</sup>Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi* (Bandung: Alfabeta, 2012), 219.

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 140.

sehingga peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang diceritakan oleh responden. Metode ini peneliti gunakan untuk memperoleh data secara umum dari pemilik sarishopi mengenai dalam menerapkan prinsip antaradhin.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. dokumentasi biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>62</sup> Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan menjadi lebih dapat dipercaya apabila didukung oleh adanya dokumentasi.

Dengan menggunakan metode dokumentasi, informasi yang diperoleh akan semakin mudah dan data yang diperlukan semakin valid dan lengkap. Penggunaan metode ini diperlukan untuk memperoleh data tentang:

- a. Foto-foto pada waktu wawancara dengan pemilik Sarishop dan beberapa konsumen setia onlineshopnya.
- b. Foto Produk yang dijual oleh Sarishop.

### E. Analisis Data

Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis deskriptif menurut Sugiyono adalah penelitian yang bermaksud menggambarkan keadaan atau nilai satu atau lebih variabel secara mandiri.

Dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada

---

<sup>62</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2017), 326.

sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain.<sup>63</sup>

Adapun aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Analisis data tersebut dilakukan setelah proses pengumpulan data.

### 1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.<sup>64</sup>

Setelah memperoleh data secara keseluruhan maka peneliti segera melakukan pemilihan data dari catatan tertulis yang diperoleh dari lapangan.

### 2. Penyajian Data

Setelah data dipilih, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Data yang diperoleh di lapangan disajikan dalam bentuk teks narasi.

---

<sup>63</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2019), 18.

<sup>64</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 246.

Setelah data disajikan, peneliti akan menganalisis data tersebut untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian.

### 3. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan reduksi data dan penyajian data, maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dari data-data yang sudah disajikan. Pada dasarnya kesimpulan merupakan hasil temuan (*findings*) dari penelitian yang dilakukan. Temuan tersebut adalah jawaban dari masing-masing tujuan penelitian.<sup>65</sup>

#### F. Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Setelah data terkumpul dan sebelum peneliti menulis laporan hasil penelitian, maka peneliti mengecek kembali data-data yang diperoleh dengan mengkoscek data yang telah didapat dari hasil observasi dan wawancara, dengan data yang didapat dari peneliti dapat diuji keabsahannya dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup>Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi* (Bandung: Alfabeta, 2012), 280.

<sup>66</sup>Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 330.

## G. Tahapan-tahapan Penelitian

Dalam penelitian ini ada tiga tahapan yang ditempuh peneliti yaitu:

### 1. Tahap Pra Lapangan

Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah mencari permasalahan dan mencari referensi terkait dengan tema sebelum terjun ke lapangan. Peneliti telah mendapatkan gambaran permasalahan implementasi prinsip antaradhin dengan mengangkat judul “Implementasi Prinsip Antaradhin Dalam Jual Beli Online Produk Fashion Di Sarishop Banyuwangi”. Adapun tahap pra lapangan meliputi:

- a. Menyusun rancangan penelitian
- b. Menentukan lokasi penelitian
- c. Mengurus surat perizinan penelitian
- d. Memilih dan memanfaatkan informasi
- e. Menyiapkan perlengkapan penelitian.<sup>67</sup>

### 2. Tahap Pelaksanaan

Setelah mendapatkan izin penelitian, peneliti akan memasuki objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan observasi dan wawancara untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan prinsip antaradhin.

#### a. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti melakukan teknik analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung atau selama peneliti berada di

---

<sup>67</sup>Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 127.

lapangan. Peneliti melakukan analisis terhadap beberapa jenis data yang sudah diperoleh dengan cara wawancara dan observasi. Dalam tahap ini peneliti mengkonfirmasi kembali data yang didapat dari lapangan dengan teori yang digunakan.



## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

Penelitian penulis ini dilakukan di Sarishop di jalan Ternate Kanalan Kelurahan Lateng Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur. Dimana yang diteliti tentang prinsip Antaradhin dalam Jual Beli Online di Banyuwangi. Oleh karena itu, untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang lokasi penelitian, penulis akan mendeskripsikan tentang prinsip Antaradhin dalam Jual Beli Online di Banyuwangi sebagai berikut:

##### **1. Sejarah Berdirinya Sarishop Banyuwangi**

Mulai januari 2014 bisnis online ini berubah nama yang bermula belum tahu dinamakan apa dan ditahun 2015 menjadi Sarishop. Awal berdirinya bisnis ini karena ingin membuka usaha sendiri sebagai tambahan uang saku dengan awal ikut menjadi reseller dan pada akhirnya bisa mengumpulkan modal sendiri sehingga dapat buka usaha sendiri dan mengambil barang dagangan dipusatnya pada masa sekolah waktu itu dan hingga berumah tangga saat ini.

Sarishop berdiri pada tahun 2015 karena pada tahun tersebut perkembangan internet memang sangatlah cepat dan memberikan pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan manusia. Media sosial membantu manusia sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi bahkan melakukan perdagangan dengan orang dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah salah satu manfaat dari keberadaan media sosial

adalah sebagai media promosi suatu produk. Dan sampai saat ini bisnis Sarishop yang di pegang oleh Sari Dewi Nur Cahyati dan suaminya.

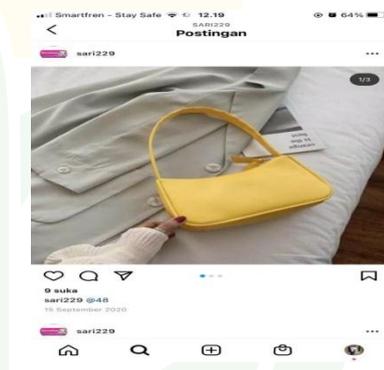
## 2. Visi dan Misi

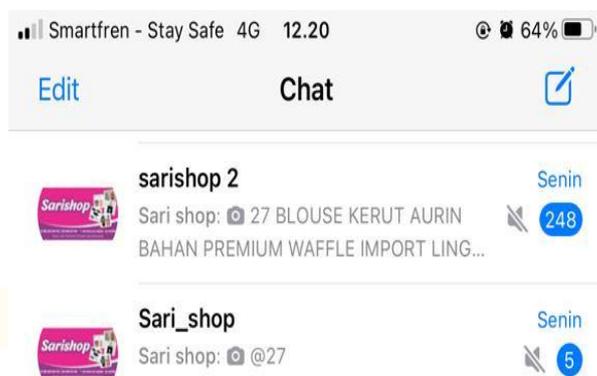
Visi adalah menyediakan barang-barang untuk costumer lebih memajukan kualitas barang online, dan menunjukkan ke costumer barang online juga memiliki kualitas bagus dan real.

Misi adalah menghasilkan dan menjual produk tekstil dengan kualitas terbaik dan inovatif, dengan melibatkan umat sebanyak-banyaknya yang didukung dengan sistem manajemen terpadu.

## 3. Produk Sarishop

Ciri khas dari produksi Sarishop





#### 4. Tatacara Pelaksanaan Jual Beli secara online di Sarishop

##### a. Bergabung dalam grup

Pembeli harus bergabung pada grup Sarishop sebelum pembeli memilih barang yang akan dibeli agar penjual mengetahui identitas pembeli. Syarat untuk masuk ke grup Sarishop yaitu nama dan domisili, setelah itu dimasukkan oleh admin Sarishop.

##### b. Prosedur pemesanan oleh Pembeli

Calon pembeli terlebih dahulu memilih barang yang ada di katalog online pada akun instagram Sari229. Setelah itu pembeli berkomentar atau pesan lewat media chat Whatsapp. Setelah itu, di periksa barangnya oleh admin Sarishop, apabila barang yang dimaksud ada, maka segera di keep dan menginstruksi kepada pembeli untuk segera melakukan pembayaran.

##### c. Prosedur pembuatan Sarishop

Prosedur pembuatan Sarishop adalah setelah barangnya habis yang di upload di media sosial admin Sarishop langsung memberi tahu

kalau barang yang dicari sudah tidak ada/habis. Dan admin Sarishop selalu memberi tahu kalau ada barang yang sudah ready akan langsung di upload di media sosial pada jam kerja.

## **5. Jual Beli pada Sarishop di Media Sosial**

Kegiatan jual beli online dengan media sosial ini memperjual belikan berbagai macam bentuk. Pada belakangan ini fashion wanita menjadi trend di masyarakat seluruh Indonesia, penjualan fashion wanita di media sosial begitu tinggi. Media sosial merupakan jejaring sosial yang digunakan untuk menjual fashion wanita.

Jual beli dengan sistem online pada Sarishop dilakukan dengan menjual produk berupa fashion wanita dimana pembeli tidak melihat barangnya secara langsung, tapi di sebutkan informasi mengenai barang tersebut dalam hal ini fashion wanita, dengan menyebutkan bahan, ukuran, dan harga secara jelas dengan disertai gambar.

Sebelum Sarishop terkenal produknya yang bagus dan real Sarishop mempromosikan produknya dari grup Whatsapp dan dari orang ke orang, setelah itu melalui Instagram, dan Sarishop juga menerima reseller/dropshipping untuk mempermudah penjualannya. Sarishop sudah terkenal sampai luar kota yaitu Surabaya.

### **B. Penyajian Data dan Analisis**

Pada bagian ini penulis akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang fokus dan penelitian Pemilik Sarishop mengaplikasikan Keridhaan dalam jual beli online. implementasi prinsip antradhin dalam Jual Beli Online

Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi. Penyajian data hasil penelitian ini diperoleh dari teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan oleh penulis di Sarishop Banyuwangi. Penulis juga menggunakan metode kualitatif untuk melihat kondisi alami dari suatu fenomena. Penelitian kualitatif juga merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis yang berdasarkan informan serta perilakunya yang diamati oleh penulis. Pendekatan kualitatif ini bertujuan memperoleh pemahaman dan penggambaran realitas yang kompleks dari fenomena di lokasi penelitian.

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada pembahasan diatas, bahwasannya penulis menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk memperoleh data yang mendukung pengumpulan data dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis di Sarishop Banyuwangi, berikut ini penulis sajikan yang menjadi fokus penelitian.

### **1. Implementasi prinsip antaradhin dalam Jual Beli Online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi.**

Antaradhin merupakan prinsip yang mesti ada dalam proses jual beli, karena interaksi manusia dalam melakukan berbagai transaksi termasuk jual beli haruslah berdasarkan asas-asas yang berlaku dalam muamalat seperti kepentingan bersama. Tidak boleh ada sikap yang merasa dicurangi.

Menurut Ibu Sari, selaku Pemilik Toko Online yang bernama Sarishop mengatakan bahwa:

“Sebagai seorang pedangang online, dalam menjalankan bisnis haruslah sesuai dengan aturan yang sesuai dengan kaidah fiqih tidak hanya mengejar duniawi saja tetapi juga akhirat. Berbisnis haruslah menerapkan akad pemesanan yang sesuai dengan syariat islam dan memberikan arahan dan pengertian mengenai akad agar konsumen mengerti dan paham agar tidak terjadi kesalahan nantinya.”<sup>68</sup>

Pemilik Toko Sarishop Online juga menambahkan bahwasanya:

“Dalam menjalankan bisnis ini kami sudah tidak lagi menggunakan marketplace, melainkan lebih menggunakan media sosial, sebab karena keterbatasan tidak ada karyawan sehingga kami hanya menggunakan media sosial, jadi bisa dibilang bisnis kami ini lebih dominan konsumen menggunakan media sosial dibanding marketplace tersebut.”<sup>69</sup>

Pendapat tersebut, juga dijelaskan oleh Luky Anggita selaku konsumen di Sarishop mengatakan:

“Pemilik Sarihop telah menjelaskan mengenai akad jual beli dan karakteristik barang yang mereka akan beli karena pemilik tidak menginginkan adanya rasa dicurangi dan merugikan orang lain.”<sup>70</sup>

Dalam bermuamalat berlaku bagi setiap individu harus berdasarkan kerelaan masing-masing. Kerelaan disini dapat berarti rela dalam melakukan sesuatu bentuk muamalat, rela menerima atau menyerahkan harta yang dijadikan objek perikatan dan bentuk muamalat.

Pendapat tersebut, juga dijelaskan oleh Nur Jihan selaku konsumen di Sarishop mengatakan:

<sup>68</sup> Pemilik Sarishop, *wawancara*, Banyuwangi, 03 Januari 2021.

<sup>69</sup> Pemilik Sarishop, *wawancara*, Banyuwangi, 03 Januari 2021.

<sup>70</sup> Luky Anggita, *wawancara*, Banyuwangi, 04 Januari 2021.

“Konsumen ini juga mengatakan adanya pelayanan yang diberikan seperti pengembalian barang karena tidak sesuai, adanya jaminan karena ketidakcocokan barang, sehingga disitulah unsur keridhaan dapat dilihat”<sup>71</sup>

Dalam melakukan berbagai transaksi jual beli haruslah berdasarkan asas yang berlaku seperti kepentingan bersama sehingga tidak akan terjadi sebuah penipuan. Dan tidak menguntungkan diri sendiri melainkan harus saling menguntungkan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas apa yang dilakukan pemilik Sarishop di Banyuwangi telah mengimplementasikan anataradhin sesuai dengan kaidah fiqih islam jual beli online itu diperbolehkan selama bermanfaat bagi semua orang dan tidak banyak mengandung unsur kemudharatan mengenai jual beli dalam islam.

## **2. Faktor penghambat dan faktor pendukung dalam jual beli online shop di Sarishop**

Perkembangan teknologi beberapa tahun ini memang begitu sangat pesat apalagi di dunia internet sehingga berdampak pada kemudahan yang didapatkan pengguna internet, salah satunya adalah kemudahan dalam berbelanja online. Menjalankan bisnis online kini menjadi alternatif tepat bagi para pemula yang ingin membuka usaha dengan modal yang tidak terlalu besar banyaknya peluang yang bisa membuat sebagian besar masyarakat semakin yakin untuk berpaling dari bisnis offline ke bisnis online. Faktor Penghambat dalam jual beli adalah segala sesuatu hal yang memiliki sifat menghambat atau menghalangi dan menahan terjadinya

---

<sup>71</sup> Nur Jihan, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Januari 2021

sesuatu. Sebagian masyarakat yang tidak paham tentang media sosial, kurangnya keyakinan dengan bisnis via online karena khawatir barang yang dibeli tidak sesuai gambar.

- a. Faktor penghambat yaitu dalam penggunaan internet. Faktor penghambat dalam jual beli online adalah yang pertama minimnya pengetahuan orang dalam menggunakan media sosial atau internet.

Menurut Ibu Sari, selaku Pemilik Toko Online yang bernama Sarishop mengatakan bahwa:

“Dalam menjalankan sebuah bisnis online pasti ada faktor penghambatnya salah satunya yaitu kurangnya pengetahuan bagi mereka-mereka yang masih awam media sosial sehingga kadang selalu komplek padahal sudah dijelaskan.”<sup>72</sup>

Faktor penghambat selanjutnya yaitu susahnya jaringan internet di daerah pedesaan.

“Berbisnis online haruslah sabar apabila melayani konsumen yang dirumahnya susah sinyal, sebab kadang disaat mereka telah memesan tetapi terkadang mereka sulit untuk dihubungi, oleh karena itu kami selaku penjual harus ekstra sabar dalam melayani”.<sup>73</sup>

Di dalam Islam melarang tindakan-tindakan yang dapat mendzolimi dan merugikan orang lain. Sehingga dalam melakukan transaksi haruslah menggunakan prinsip-prinsip yang harus di terapkan dalam mekanisme pasar adalah keadilan dan kejujuran, serta memberikan kemaslahatan bagi semua pihak. Beberapa bentuk

<sup>72</sup> Pemilik Sarishop, *wawancara*, Banyuwangi, 03 Januari 2021.

<sup>73</sup> Pemilik Sarishop, *wawancara*, Banyuwangi, 03 Januari 2021.

tindakan yang dapat merusak mekanisme pasar adalah merugikan orang lain

- b. Faktor pendukung dalam jual beli. Perkembangan online di Indonesia dengan meningkatnya jumlah pengguna internet sehingga banyak orang yang mengakses internet dengan baik, dapat mempermudah berbelanja.

Menurut Ibu Sari, selaku Pemilik Toko Online yang bernama Sarishop mengatakan bahwa:

“Bicara faktor penghambat pastinya ada faktor pendukung, dimana sekarang akses internet sangatlah mudah dijangkau asalkan memiliki paketan data atau menggunakan jaringan wifi. Faktor pendukung yang selama ini kami rasakan adalah dengan adanya internet yang jangkauannya luas membuat masyarakat mudah mengenal produk kami, sehingga juga memudahkan mereka yang tadinya jika ingin membeli baju harus ke toko sekarang dengan mudah mereka tinggal searching di berbagai media mereka bisa belanja sepuasnya.”<sup>74</sup>

Dalam menjalankan bisnis online terdapat pula faktor, perkembangan online shop di Indonesia dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia sehingga banyak orang yang mengakses internet dengan baik, dapat mempermudah berbelanja, tidak perlu ada pembelian yang rumit.

### C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari wawancara dengan beberapa informan, observasi di Sarishop Banyuwangi dan dokumentasi yang

<sup>74</sup> Pemilik Sarishop, wawancara, Banyuwangi, 03 Januari 2021.

dilakukan, dari beberapa penyajian data tersebut akan disajikan dan analisa melalui pembahasan.

Pembahasan tersebut akan diuraikan sesuai dengan temuan-temuan penelitian selama penelitian berlangsung. Fokus penelitian yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

### **1. Implementasi prinsip antradhin dalam Jual Beli Online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi**

Berdasarkan temuan hasil penelitian tentang implementasi antardhin dalam jual beli online produk fashion di Sarishop Banyuwangi pada sub bab sebelumnya adalah:

Antaradhin merupakan prinsip yang mesti ada dalam proses jual beli, karena interaksi manusia dalam melakukan berbagai transaksi termasuk jual beli haruslah berdasarkan asas-asas yang berlaku dalam mualamat seperti kepentingan bersama. Tidak boleh ada sikap yang merasa dicurangi.

Unsur yang penting dalam suatu jual beli dalam islam karena keridhaan juga dapat dijadikan tolak ukur atau indikator bahwa jual beli tersebut berada pada koridor yang benar serta dalam pelaksanaannya sesuai dengan syariat islam. Selain itu keridhaan merupakan salah satu syarat wajib dalam suatu jual beli sebagai mana yang telah diterangkan didalam Al-Quran surat An-nisa' ayat 29. Untuk mencapai suatu keridhaan dalam jual beli tidaklah mudah, hal ini disebabkan karena banyak hal yang dapat mempengaruhi timbulnya keridhaan antara penjual dan pembeli dalam

suatu perniagaan. Beberapa diantaranya adalah syarat barang dan jasa yang dijual harus jelas dan tidak melanggar prinsip jual beli. Syarat mengenai penjual dan pembeli yang mana keduanya berakal sehat, baligh dan sebagainya yang sesuai dengan prinsip jual beli menurut islam.

Seperti hasil penelitian dari Maudy Vena dalam hasil penelitiannya beliau menjelaskan bahwa dalam sistem jual beli online banyak diminati oleh banyak kalangan. Dalam menurut beliau jika jual beli secara online harus sesuai dengan ekonomi islam dimana dalam berbisnis online tidak boleh ada kedzaliman, atau barang cacat serta unsur-unsur riba, dan juga penipuan dan harus adanya kesepakatan antar kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli.<sup>75</sup>

Dalam pencapaian suatu keridhaan antara penjual dan pembeli dalam suatu jual beli harus memenuhi beberapa hal yang dapat menimbulkan ketidakridhaan diantara keduanya, seperti halnya adanya unsur tadlis, manipulasi, kewajaran harga, khiyar (pengembalian barang), dan unsur-unsur lain yang berkenaan dengan akad dalam jual beli tersebut.

Karena dalam hal ini keridhaan merupakan unsur akibat dari suatu sebab yaitu jual beli. Timbulnya keridhaan juga banyak dipengaruhi oleh sebab-sebab yang harus dipenuhi oleh kedua belah pihak, baik pihak pembeli maupun penjual. Yang mana keduanya diwajibkan bertransaksi sesuai dengan kaidah fiqih islam. Sehingga terjadi kerelaan atau keridhaan antara keduanya.

---

<sup>75</sup> Maudy Vena, "Meylinda," *Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop*, (Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, 2017).

Dari beberapa pendapat yang diutarakan dari beberapa informan inilah yang menjadikan suatu alasan bahwa proses jual beli yang diterapkan oleh kedua belah pihak tidak menyalahi aturan jual beli dalam islam serta tidak terdapat adanya unsur yang membuat salah satu pihak merasa kecewa maupun tidak puas, hal ini bisa dikatakan bahwa unsur keridhaan dalam jual beli yang diterapkan memang ada. Seperti yang telah dikutip dari beberapa tafsir yang di tulis oleh beberapa ahli fuqaha yang menyatakan bahwa unsur keridhaan akan timbul jika jual beli berjalan sesuai dengan ketentuan syariat islam. walaupun memang pada dasarnya keridhaan tidak dapat di tentukan tolak ukur serta indikasinya, namun jika jual beli diterapkan sesuai dengan syariat islam dengan benar serta tidak adanya hal-hal yang dapat merusak atau menggagalkan jual beli tersebut maka diharapkan akan mencegah adanya ketidakrelaan dari kedua belah pihak.

Dari situlah maka dapat di indikasikan bahwa adanya kerelaan dan keridhaan diantara keduanya, hal ini di karenakan pihak pembeli merasa nyaman bertransaksi dengan pihak penjual. Begitu juga sebaliknya, selain itu keduanya telah melaksanakan jual beli yang sesuai dengan syariat islam.<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> Juhaya S.Praja, Prof. DR. *Filsafat Hukum Islam*, 124

## 2. Faktor penghambat dan faktor pendukung dalam jual beli online shop di Sarishop

Perkembangan teknologi beberapa tahun ini memang begitu sangat pesat apalagi di dunia internet sehingga berdampak pada kemudahan yang didapatkan pengguna internet, salah satunya adalah kemudahan dalam berbelanja online. Menjalankan bisnis online kini menjadi alternatif tepat bagi para pemula yang ingin membuka usaha dengan modal yang tidak terlalu besar banyaknya peluang yang bisa membuat sebagian besar masyarakat semakin yakin untuk berpaling dari bisnis offline ke bisnis online.

- a. Faktor Penghambat dalam jual beli adalah segala sesuatu hal yang memiliki sifat menghambat atau menghalangi dan menahan terjadinya sesuatu. Sebagian masyarakat yang tidak paham tentang media sosial, kurangnya keyakinan dengan bisnis via online karena khawatir barang yang dibeli tidak sesuai gambar.

Seperti hasil penelitian Asrul Usman, “Strategi Periklanan Komunitas Online Shop Makassar Dagang Di Media Sosial Facebook”, dari strategi periklanan dalam perspektif pengelola online shop Makassar Dagang, yakni pemilihan media sosial facebook sebagai sarana komunikasi periklanan karena kelebihan sistem sosialnya yaitu fitur grup dimana sistem ini menciptakan ruang interaksi dan komunikasi bagi para pelaku bisnis sehingga terjadi pertukaran pesan

yang intensif antarpedagang maupun pedagang dengan pembeli dalam satu grup.

Tiga aspek dalam penyajian strategi periklanan Makassar Dagang di media sosial facebook, Pertama, aspek visual berupa penyajian foto produk secara orisinal. Kedua, aspek komunikasi yaitu teks iklan yang memuat pesan tentang penjelasan atau spesifikasi produk, kelebihan-kelebihan produk, harga produk, dimana kalimat iklan dibuat lebih persuasif yang bertujuan untuk memengaruhi konsumen. Ketiga, aspek interaktif berupaya layanan proses pembelian atau transaksi, nomor kontak serta alamat penjual yang memungkinkan terjadinya interaksi secara langsung antara pedagang dan pembeli.

Adapun faktor penghambat proses periklanan produk online shop Makassar Dagang, yaitu dari sisi pengelola belum menerapkan sebuah aturan yang tegas untuk mengatur identitas keanggotaan. Dari sisi penjual maupun pembeli juga ditemukan faktor penghambat yang terkait dengan ketidaklengkapan identitas atau ditemukan adanya akun palsu yang disalahgunakan oleh oknum tertentu.<sup>77</sup>

- b. Faktor pendukung dalam jual beli online. Perkembangan online di Indonesia dengan meningkatnya jumlah pengguna internet sehingga banyak orang yang mengakses internet dengan baik, dapat mempermudah berbelanja yaitu dapat dilakukan dimana saja, tidak perlu berdesakan membeli barang, dan prosesnya mudah dan cepat.

---

<sup>77</sup> Asrul Usman, "Strategi Periklanan Komunitas Online Shop Makassar Dagang Di Media Sosial Facebook", (Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar 2018).

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Implementasi prinsip antradhin dalam Jual Beli Online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi. keridhaan juga dapat dijadikan tolak ukur atau indikator bahwa jual beli tersebut berada pada koridor yang benar serta dalam pelaksanaannya sesuai dengan syariat islam. Untuk mencapai suatu keridhaan dalam jual beli tidaklah mudah, hal ini disebabkan karena banyak hal yang dapat mempengaruhi timbulnya keridhaan antara penjual dan pembeli dalam suatu perniagaan. Beberapa diantaranya adalah syarat barang dan jasa yang dijual harus jelas dan tidak melanggar prinsip jual beli. Syarat mengenai penjual dan pembeli yang mana keduanya berakal sehat, baligh dan sebagainya yang sesuai dengan prinsip jual beli menurut islam.
2. Faktor penghambat dan Faktor pendukung implementasi prinsip antaradhin di Sarishop
- c. Faktor Penghambat Faktor, penghambat dalam jual beli adalah segala sesuatu hal yang memiliki sifat menghambat atau menghalangi dan menahan terjadinya sesuatu. Sebagian masyarakat yang tidak paham tentang media sosial, kurangnya keyakinan dengan bisnis via online karena khawatir barang yang dibeli tidak sesuai gambar.
- d. Faktor Pendukung, dalam menjalankan bisnis online terdapat pula faktor pendukung jual beli online, perkembangan online shop di Indonesia

dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia sehingga banyak orang yang mengakses internet dengan baik, dapat mempermudah berbelanja, tidak perlu ada pembelian yang rumit.

## **B. Saran-saran**

1. Bagi Sari Dewi Nur Cahyati selaku pemilik Sarishop untuk dapat memberikan penjelasan dan pemahaman dengan teknik yang berbeda sehingga konsumen mengerti serta memahami betul akad yang tepat untuk diterapkan dalam sistem jual beli online.
2. Bagi konsumen agar dapat memahami betul akad-akad dalam jual beli Islam yang diterapkan oleh pihak penjual.
3. Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti lebih lanjut mengenai penerapan akad jual beli online dari sudut pandang dan tinjauan konsep lain berdasarkan indikasi-indikasi yang dapat dikaitkan.

**IAIN JEMBER**

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Usman Rianse. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi* Bandung: Alfabeta
- Karim, Adiwarmarman. 2010. *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi IV, Jakarta: Rajawali Pers, Cet. VII.
- Al-Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Al-Qardhawi, Yusuf. 1993. *al- Ḥalāl wal Harām fil Islām* terj. Muammal Hamidy, Halal dan Haram Dalam Islam, Surabaya: Bina Ilmu.
- al-Jaziri, Abdu al-Rahman. 1978. *Mazahib al-Arba'ah*, Tijariyah Kubro, Mesir, cet. VI Juz II.
- al-Qurthuby, Ibnu Rusydi. 1339 H. *Bidayatu al-Mujtahid*, Juz II. Musthafa al-Baby al-Halaby, Mesir.
- al-Zanjani, Lih. 1979. *Takhrij al-Furu 'Ala al-Ushul*, Muassasah al-Risalah, Beirut, cet. Ke II.
- Amirul, Imam Hardjanto. 2005. *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anwar, Syamsul. 2007. *Hukum Perjanjian Syariah: Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis syariah*, Semarang: Walisongo Press.
- Arsyad, Sanusi. 2000. *Transaksi Bisnis Elektronik Commerce(e-commerce): Studi tentang Permasalahan-Permasalahan Hukum dan Solusinya*, tesis Magister, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Arum Agustin. 2020. "Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Di SMK NEGERI 2 PONOROGO", Instiut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Ariza Qurrota A'yun. 2019. "Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Online Shop (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNUSA)", Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya.
- Asrul Usman. 2018. "Strategi Periklanan Komunitas Online Shop Makassar Dagang Di Media Sosial Facebook", Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.

- Aulia Nur Agustin. 2018. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Busana Muslim Pada Shofiya Collection Di Media Sosial", Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta.
- Chapra, M. Umer. 1997. Negara Sejahtera Islami dan Perannya di Bidang Ekonomi, dalam Ainur R. Sophian, Etika Ekonomi Poitik: Elemen-Element Strategi Pembangunan Masyarakat Islam. Surabaya: Risalah Gusti.
- Diah Lailaitul Awallia. 2018. "Pengaruh Testimoni Dan Selebram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo", Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Disa Nusia Nisrina. 2015. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen", Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makasar.
- Djazuli. 2006. Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalahmasalah yang Praktis, Jakarta: Pranata Media.
- Donni Juni Priansa, Buchari Alma. 2009. Manajemen Bisnis Syariah, Bandung: Alfabeta.
- Eka Wahyu Pradani. 2019. "Tinjuan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android", Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Farid Wajdi, Suhrawardi K. Lubis. 2012. Hukum Ekonomi Islam, Jakarta: Sinar Grafika.
- Gibtiah. 2016. Fikih Kontemporer, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Haroen, Nasrun. 2000. Fiqh Muamalah, Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Hasan, M. Ali. 2004. Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalat), Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Indah Khoirotnun Nisa'. 2018. "Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Aqad Jual Beli Online Dalam Sistem Go-Food (Studi Kasus di Wilayah Ngaliyan Kota Ssemarang)", Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.
- Ibnu Kasir, Tafsir Al-Quran Al-'Adhim, Malawi: Dārut Taqwā, t.t.
- J Moleong, Lexy. 2017. Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Juahaya S. Praja, Prof. DR. 1995. Filsafat Hukum Islam. LPPM UNISBA: Bandung.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, Mushaf Ash-Shafa dan Terjemahnya.
- Koiriyah Az-zahra Zulqah, Cahya Wulandari. 2020. "Tinjauan Islam Terhadap Melanisme Pasar dan Penanganan Distorsinya", *Journal Of Islamic Economics And Finances Studies (JIEFeS)*, Vol. 1, No. 1.
- Mar'I, Ali Ahmad. 1997 .dkk, *Buḥūsu fi Fiqh al-Mu'āmalat Dirāsah Muqārranah*, Kairo: Fakultas Syari'ah wa Qanūn Universitas Al-Azhar.
- Maudy Vena. 2017. "Meylinda," *Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop*", Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makasar.
- Mustofa, Imam. 2012. *Transaksi Elektronik (E-Commerce) dalam Perspektif Fiqh*, *Jurnal Hukum Islam*, Pekalongan: STAIN Pekalongan, Volume 10, No. 2.
- Muhammad, Abdul Aziz. 2017. *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah.
- Mustofa, Imam. 2016. *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Q.S. An-Nisa/4: 29.
- Salam, Burhanuddin. 1997. *Etika Sosial Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*, Jakarta: Rineka Cipta.
- S.Praja, Juhaya. 1995 . Filsafat Hukum Islam, LPPM UNISBA, Bandung.
- Suhendi, Hendi. 2011. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan* Bandung: Alfabeta.
- Syafe'i, Rachmat. 2001. *Fiqh Muamalah*, Bandung: CV Pustaka Setia.

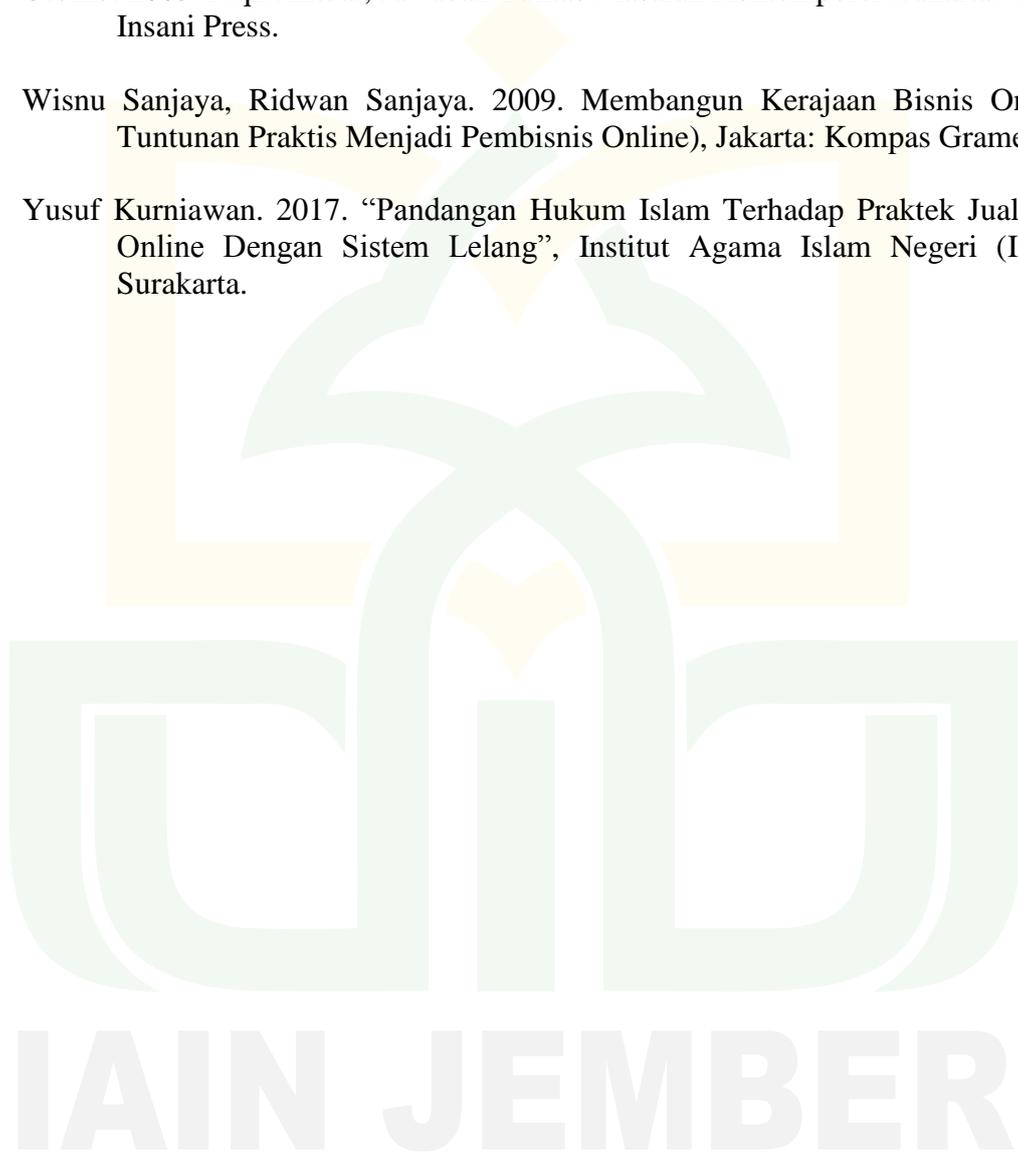
Tim penyusun IAIN Jember. 2017. Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Jember: IAIN Jember Press.

Tim penyusun. 2017. Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Jember, IAIN Jember Press.

Utomo. 2003. Fiqh Aktual, Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer. Jakarta: Gema Insani Press.

Wisnu Sanjaya, Ridwan Sanjaya. 2009. Membangun Kerajaan Bisnis Online, Tuntunan Praktis Menjadi Pembisnis Online), Jakarta: Kompas Gramedia.

Yusuf Kurniawan. 2017. “Pandangan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Online Dengan Sistem Lelang”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta.



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Candra Riya Nur Pribadi Putri  
NIM : E20172085  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program studi : Ekonomi Syariah  
Institusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

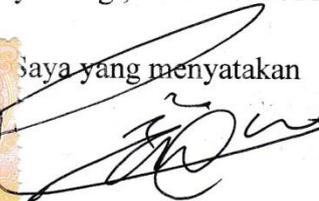
Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini dengan judul "*Implementasi prinsip antaradhin dalam jual beli online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi*" secara keseluruhan adalah hasil kajian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Banyuwangi, 29 Maret 2021



Saya yang menyatakan

  
**Candra Riya Nur Pribadi Putri**  
NIM. E20172085

## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sari Dewi Nur Cahyati

Jabatan : Pemilik Sarishop

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Candra Riya Nur Pribadi Putri

NIM : E20172085

Semester : VIII

Fakultas :Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

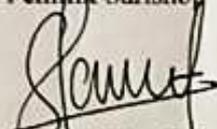
Instansi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Sarishop Banyuwangi mulai 03 Januari 2021 sampai 30 Januari 2021 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"IMPLEMENTASI PRINSIP ANTARADHIN DALAM JUAL BELI ONLINE PRODUK FASHION DI SARISHOP BANYUWANGI "**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Mengetahui, 02 Februari 2021

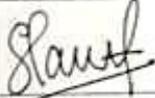
Pemilik Sarishop



**Sari Dewi Nur Cahyati**

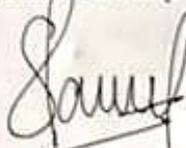
## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Judul: Implementasi Prinsip Antaradhin Dalam Jual Beli Online Produk Fashion  
Di Sarishop Banyuwangi

No.	HARI/TANGGAL	JENIS KEGIATAN	TTD
1	Jum'at, 01 Januari 2021	Mengantarkan surat izin penelitian kepada pemilik Sarishop	
2	Minggu, 03 Januari 2021	Wawancara dengan pemilik Sarishop	
3	Minggu, 10 Januari 2021	Wawancara dengan konsumen Mbak Nur Jihan	
4	Jum'at 15 Januari 2021	Wawancara dengan konsumen Mbak Eka Bela	
5	Minggu, 17 Januari 2021	Wawancara dengan konsumen Mbak Luky Anggita	
6	Sabtu, 30 Januari 2021	Meminta tanda tangan surat keterangan selesai penelitian kepada pemilik Sarishop	

Banyuwangi, 02 Februari 2021

Pemilik Sarishop



Sari Dewi Nur Cahyati

## **PEDOMAN PENELITIAN**

### **A. Pedoman Observasi**

1. Untuk mengetahui Implementasi prinsip antaradhin dalam jual beli online Produk Fashion di Sarishop Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung implementasi prinsip antaradhin di Sarishop.

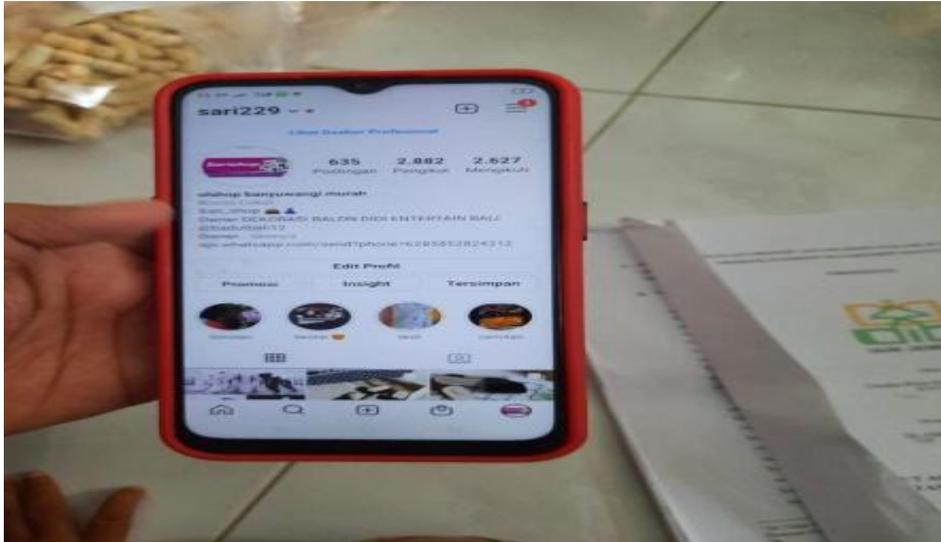
### **B. Pedoman Wawancara**

1. Bagaimana cara penerapan keridhaan dalam jual beli online di Sarishop ?
2. Bagaimana cara menyakinkan konsumen dalam mempromosikan barang jualan ?
3. Bagaimana cara menanggapi apabila ada konsumen yang masih saja belum puas dengan barang yang dibeli ?
4. Bagaimana cara sarishop memberikan kepercayaan untuk konsumen ?
5. Bagaimana pendapat dari konsumen atas perilaku pemilik sarishop saat berjualan ?
6. Bagaimana pendapat dari konsumen sarishop menanggapi ketidakpahaman dalam jual beli online ?
7. Apakah selama berdagang online sarishop telah menerapkan sistem antardhin atau kerelaan dalam jual beli online ?

### **C. Pedoman Dokumentasi**

1. Sejarah berdirinya Sarishop Banyuwangi.
2. Produk yang di miliki Sarishop.
3. Konsumen Sarishop
4. Dokumen lain yang relevan.





*Dokumentasi:* wawancara dengan Sari Dewi Nur Cahyati selaku pemilik bisnis online bernama Sarishop menunjukkan salah satu media sosial yang digunakan dalam berjualan, Minggu 03 Januari 2021



*Dokumentasi:* wawancara dengan Sari Dewi Nur Cahyati selaku pemilik bisnis online bernama Sarishop, Minggu 03 Januari 2021



*Dokumentasi: wawancara dengan Nur Jihan selaku konsumen Sarishop, Minggu,  
10 Januari 2021*



*Dokumentasi: wawancara dengan Eka Bela selaku konsumen Sarishop, Jum'at  
15 Januari 2021*



*Dokumentasi: wawancara dengan Luky Anggita selaku konsumen Sarishop,  
Minggu, 17 Januari 2021*



## BIODATA PENULIS



Nama : Candra Riya Nur Pribadi Putri  
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 28 Oktober 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jln. Ternate Kanalan Kelurahan Lateng,  
Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi  
Agama : Islam  
No. Hp : 081-234-543-812  
Alamat Email : [candrariya956@gmail.com](mailto:candrariya956@gmail.com)

## RIWAYAT PENDIDIKAN

TK : TK AL-Khairiyah 2 (2004-2005)  
SD/MI : SDN 3 Lateng Banyuwangi (2005-2011)  
SMP/MTS : SMPN 1 Glagah (2011-2014)  
SMA/MA : MAN 1 Banyuwangi (2014-2017)  
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Jember (2017-2021)

# IAIN JEMBER