SKRIPSI

IMPLEMENTASI SISTEM *RESELLER* PADA TRANSAKSI *E-COMMERCE* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh)

Disusun Oleh:

AKHIRUL UMMI ANANDA
NIM. 180602120

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/1444 H

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama	: Akhirul Ummi Ananda
NIM	: 180602120
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

1. ***Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan Mempertanggungjawabkan.***
2. ***Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
3. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin Pemiliknya.***
4. ***Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.***
5. ***Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar- Raniry Banda Aceh.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 17 Juli 2023

Yang Menyatakan,

Akhirul Ummi Ananda

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Implementasi Sistem *Reseller* pada Transaksi *E-Commerce* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Akhirul Ummi Ananda
NIM. 180602120

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat dalam penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM	Junia Farma, M. Ag
NIP. 197505152006041001	NIP. 199206142019032039

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

"Implementasi Sistem *Reseller* pada Transaksi *E-Commerce* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh)"

Akhirul Ummi Ananda
NIM. 180602120

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang
Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal : Senin, 17 Juli 2023 M
29 Dzulhijjah 1444 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM
NIP. 197505152006041001

Sekretaris,

Junia Farma, M. Ag
NIP. 199206142019032039

Penguji I,

Dr. Analiansyah, M. Ag
NIP. 197404072000031004

Penguji II,

Cut Elfida, M.A.
NIDN. 2012128901

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web:www.library.ar-raniry.ac.id, Email:library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Akhirul Ummi Ananda
NIM	: 180602120
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Email	: 180602120@student-ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif *(Nonexclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐ .....

Yang berjudul:

"Implementasi Sistem *Reseller* pada Transaksi *E-Commerce* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh)"

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

☐ Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian peryataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 28 Juli 2023

Mengetahui,

Penulis,	Pembimbing I,	Pembimbing II,
Akhirul Ummi Ananda	Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM	Junia Farma, M. Ag
NIM: 180602120	NIP. 197505152006041001	NIP. 199206142019032039

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahi Rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadirat Allah yang telah melimpahkan rahmat, taufiq hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"IMPLEMENTASI SISTEM *RESELLER* PADA TRANSAKSI *E-COMMERCE* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh)"**. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah mengantarkan dari zaman kegelapan hingga zaman yang terang benderang ini, dan yang selalu kita nantikan syafaatnya kelak di yaumul akhir.

Penelitian ini disusun untuk menyelesaikan tugas akhir dan mencapai derajat Strata Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Ngeri Ar-Raniry. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa memiliki beberapa kesulitan. Namun, dengan bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Ayumiati, S.E., M. Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry.
3. Hafiizh Maulana, SP., S. HI., ME selaku ketua Laboratorium dan Dosen Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
4. Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM selaku pembimbing I dan Junia Farma, M. Ag selaku pembimbing II. Terima kasih atas segala ilmu, arahan dan dukungan serta motivasi yang telah diberikan sehingga dapat menyempurnakan skripsi ini.
5. Dr. Analiansyah, M. Ag dan Cut Elfida, M.A. selaku Penguji I dan Penguji II yang telah memberikan arahan dan masukan selama proses sidang berlangsung.
6. Hafidhah, SE., M. Si., Ak., CA selaku PA. Dosen dan staff. Terima kasih atas segala ilmu, bantuan dan dorongan yang telah diberikan sehingga termotivasi untuk menyempurnakan skripsi ini hingga selesai.
7. Orang tua tercinta, Ayahanda Alm. Subahrum dan Ibunda Asmah. Terima kasih atas do'a, cinta, kasih sayang, pengorbanan, kepercayaan dan dukungan yang telah diberikan dari dulu hingga sekarang. Terkhusus ayahanda meskipun telah almarhum namun sosok beliau yang sedari dulu memberikan dorongan untuk ananda sehingga dapat menuruskan pendidikan sekarang ini. Begitu pula dengan ibunda yang selalu menemani penulis disetiap kondisi. Tidak lupa rasa

جامعة الرانري
AR-RANIRY

terima kasih penulis kepada saudara kandung penulis yaitu kak Evi, kak Ade, alm. kak Ayu, abang Rijal, kak Nur, abang Syauqi, kak Sa'dah, dan abang Azman yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat berada diposisi penulis.

8. Sahabat serta teman-teman Unit 04 terkhusus Khairun Nisa, Aja Fitria Millati, Dedek Puja, Cut Mutiah Aksyah, Siti Wahyuni, Suci Kamalianda, Nadia Fadila, Irsalina, Maghfirah, Muntasir dan Mursalin. Terima kasih telah membantu dan mendukung sehingga dapat terselesaikannya tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tentunya mempunyai banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dari pembaca sangat penulis harapkan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Banda Aceh, 17 Juli 2023

Penulis,

Akhirul Ummi Ananda

جامعة الرانري
AR-RANIRY

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṡ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ż	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	*Fatḥah*	A
◌ِ	*Kasrah*	I
◌ُ	*Dammah*	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	*Fatḥah* dan ya	Ai
وَ	*Fatḥah* dan wau	Au

Contoh:

kaifa : كيف

haula : هول

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ/ي	*Fatḥah* dan *alif* atau ya	Ā
ـِي	*Kasrah* dan ya	Ī
ـُي	*Dammah* dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيْلَ : *qīla*

يَقُوْلُ : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.
Contoh:

رَوْضَةُ ٱلَاطْفَالْ : *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*

اَلْمَدِيْنَةُ الْمُنَوّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةْ : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Akhirul Ummi Ananda
NIM : 180602120
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Implementasi Sistem *Reseller* pada Transaksi *E-commerce* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh)
Pembimbing I : Dr. Teuku Meldi Kesuma, SE., MM
Pembimbing II : Junia Farma, M. Ag

Salah satu model yang umum digunakan dalam transaksi *e-commerce* adalah sistem *reseller*, di mana seorang *reseller* membeli produk dari produsen dan menjualnya kepada konsumen akhir dengan keuntungan yang ditambahkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi sistem *reseller* pada transaksi *e-commerce* dalam perspektif ekonomi Islam serta untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap sistem *reseller* dikalangan mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan deskriptif dengan cara wawancara mendalam dengan mahasiswa yang aktif sebagai *reseller*. Informan yang diwawancarai pada penelitian ini berjumlah 1 orang pakar, 1 orang akademisi dan 6 orang mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem reseller yang dilakukan oleh mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh sudah diterapkan dengan baik. Namun tidak semua mahasiswa memahami konsep *reseller* secara tinjauan ekonomi Islam, sehingga mahasiswa melewatkan beberapa hal penting seperti prinsip-prinsip ekonomi Islam pada usahanya.

Kata Kunci: ***Implementasi Sistem Reseller, E-commerce, Ekonomi Islam.***

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH ..... **iii**
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI ..... **iv**
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL ..... **v**
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ..... **x**
ABSTRAK ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**
DAFTAR TABEL ..... **xviii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xix**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah *1*
1.2 Rumusan Masalah *8*
1.3 Tujuan Penelitian *8*
1.4 Manfaat Penelitian *8*
1.5 Sistematika Pembahasan *9*

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **11**
2.1 *E-Commerce* *11*
2.1.1 Pengertian *E-Commerce* 11
2.1.2 Komponen *E-Commerce* 13
2.1.3 Risiko Transaksi *E-Commerce* 14
2.1.4 *E-Commerce* dalam Perspektif Ekonomi Islam 14
2.2 *Reseller* *18*
2.2.1 Pengertian *Reseller* 18
2.2.2 Macam-macam Model *Reseller* 19
2.2.3 Kelebihan dan Kekurangan Sistem *Reseller* 21
2.3 Mekanisme Sistem *Reseller* *22*
2.4 *Reseller* Menurut Ekonomi Islam *23*
2.5 Macam-macam Akad dalam Sistem *Reseller* *31*
2.5.1 Akad *Simsarah* 31
2.5.2 Akad *Wakalah* 31
2.5.3 Akad *Salam* 33
2.6 Penelitian Terkait *39*

2.7 Kerangka Pemikiran *44*

BAB III METODE PENELITIAN 46
3.1 Jenis Penelitian *46*
3.2 Lokasi Penelitian *47*
3.3 Sumber Data *47*
3.3.1 Data Primer 47
3.3.2 Data Sekunder 48
3.4 Subjek dan Objek Penelitian *48*
3.4.1 Subjek Penelitian 48
3.4.2 Objek Penelitian 49
3.5 Teknik Pengumpulan Data *49*
3.5.1 Observasi 49
3.5.2 Wawancara 50
3.5.3 Dokumentasi 54
3.6 Teknik Analisis Data *54*
3.7 Metode Analisis Data *55*

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 57
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian *57*
4.2 Hasil dan Pembahasan *58*
4.2.1 Implementasi Sistem *Reseller* pada Transaksi *E-Commerce* dalam Perspektif Ekonomi Islam dikalangan Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh 59
4.2.2 Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Sistem *Reseller* pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh *77*

BAB V PENUTUP 88
5.1 Kesimpulan *88*
5.2 Saran *89*

DAFTAR PUSTAKA 90
LAMPIRAN 96
RIWAYAT HIDUP 116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Peningkatan Persentase Penetrasi Internet di Indonesia 2018-2022.....	3
Gambar 2.1	Media Internet yang Digunakan Untuk Promosi.....	12
Gambar 2.2	Skema Transaksi *Reseller*	23
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran.....	45

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait..... 44
Tabel 3.1 Data Informan..... 48
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan 50

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Pertanyaan Wawancara..... 96
Lampiran 2: Dokumentasi Wawancara 114

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menggapai kemashlahatan dan menghindari kerusakan adalah keinginan setiap manusia. Di zaman modern saat ini di mana teknologi menjadi sangat canggih, manusia sebagai makhluk ekonomi sangat peka terhadap peluang-peluang di sekitarnya. Segala tindak perbuatan manusia di muka bumi dalam pemenuhan kebutuhan dan pencapaian keinginan membutuhkan adanya alat tukar. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut salah satunya dengan cara menukar uang dengan barang yang terwujud dalam akad jual beli (Soviana & Abidin, 2020).

Aktifitas transaksi jual beli sudah dikenal sejak zaman sebelum kelahiran nabi Muhammad ke dunia ini. Masyarakat *jahiliyah* merupakan masyarakat yang dikenal dengan bisnisnya (berdagang/jual beli). Mereka bepergian untuk berbisnis pada waktu yang telah ditentukan yaitu terjadi pada musim panas dan musim dingin. Pada musim panas mereka akan berbisnis ke Yaman dan pada musim dingin mereka akan berbisnis ke Syam. Pada bulan haji mereka sebagai tuan rumah dalam skala hajatan besar untuk berdagang di negaranya sendiri yaitu di sekitaran ka'bah dan ka'bah merupakan tempat pertemuan antar seluruh umat manusia untuk berbisnis dan ketika itu dilakukan ibadah haji (Jajuli, 2016: 65).

جامعة الرانري
AR-RANIRY

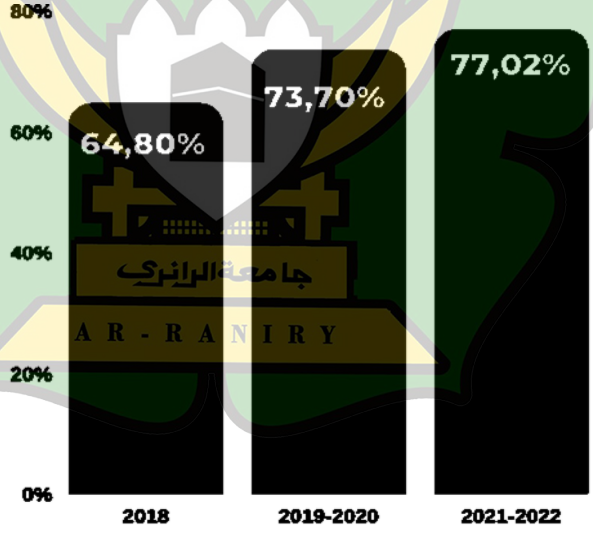
Jual beli yang terjadi dikalangan masyarakat sekarang semakin berkembang dibandingkan dengan zaman dahulu karena terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya. Salah satu faktornya adalah perkembangan teknologi yang dapat membantu manusia dalam melakukan interaksi, komunikasi, bahkan untuk berniaga dengan berbagai orang dari berbagai penjuru dunia dengan mudah dan cepat (Nubahai, 2019).

Teknologi berbasis internet sudah tidak dapat dipisahkan dari kehidupan orang-orang di era saat ini. Semua dilakukan secara *online*, mulai dari berbelanja barang, makanan, ojek *online*, bayar pulsa hingga tagihan listrik semua dilakukan secara *online* (Mujahidin, 2019).

Menurut Gemala Dewi (2005), teknologi internet merupakan media informasi yang efisien dan efektif yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Perkembangan teknologi memberikan pengaruh yang sangat besar bagi pembeli atau menjalankan bisnis jual beli, dengan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan transaksi melalui internet atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce* atau toko *online* karena dapat memperluas jangkauan pasar dan memudahkan untuk mendapatkan barang-barang sesuai keinginan. Hanya dari rumah calon pembeli dapat mengakses informasi, melihat spesifikasi produk melalui layar komputer ataupun *handphone* serta pemesanan dan pembayaran dengan berbagai pilihan yang tersedia.

Dilihat dari perkembangan laju internet, hal itu ditunjukkan dari hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) didapatkan hasil yang dimana dengan jumlah penduduk yang terkoneksi internet 210 juta jiwa dari total populasi 272 juta jiwa penduduk Indonesia tahun 2021. Hal ini menyatakan bahwa tingkat penetrasi di Indonesia mencapai 77,02%. Terlihat jelas meningkat dari sebelum masa pandemi yang hanya mencapai 175 juta jiwa yang menggunakan internet, yang artinya ada penambahan sebanyak 35 juta pengguna internet di Indonesia. Seperti yang terlihat pada gambar 1.1 berikut:

Gambar 1.1 Grafik Peningkatan Persentase Penetrasi Internet di Indonesia 2018-2022



Sumber: APJII, 2022

Dari gambar di atas terlihat bahwa pada tahun 2018 pengguna internet di Indonesia mencapai 64,80%, kemudian pada tahun

2019-2020 kembali naik menjadi 73,70% hingga pada tahun 2021-2022 pengguna internet di Indonesia mencapai 77,02%. Dengan demikian pengguna internet terus meningkat disetiap tahunnya.

Perkembangan teknologi ini juga memunculkan banyak peluang bisnis baru. Salah satu peluang bisnis yang sedang berkembang di Indonesia adalah jual beli *online* (*e-commerce*). *E-commerce* adalah jual beli yang dilakukan dengan media elektronik, contoh dari *e-commerce* adalah shopee, tokopedia, lazada, bukalapak, dll. Adanya *e-commerce* memunculkan berbagai sistem bisnis baru seperti *reseller* (Purwanto, 2020).

Reseller merupakan sebuah kata yang berbahasa inggris yang berasal dari kata *re-sell* yang memiliki arti menjual kembali, sedangkan *reseller* merupakan orang yang melakukan kegiatan menjual kembali. Maksudnya ialah, jika *reseller* berhasil menjual suatu barang maka akan mendapatkan keuntungan, pada prinsipnya sama saja dengan penjual pada umumnya, mereka mengambil keuntungan dari selisih harga barang yang terjual (Fitriani, Dimyati, dan Suroso, 2018).

Pada sistem *reseller* ada syarat yang harus dipenuhi oleh mereka yang ingin bergabung menjadi *reseller* yaitu dengan membayar uang keanggotaan atau member. Sejalan dengan hal tersebut pula para *reseller* tersebut akan mendapatkan foto katalog produk, konten promosi, dan juga kesepakatan perihal harga dan lain-lain.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Pada dasarnya pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli disebut sebagai penjual dan pembeli. Namun lain halnya penyebutan dalam transaksi jual beli secara *online*, seperti penjual yang dikenal dengan *reseller* dan pembelinya disebut sebagai *shopper*, tempat atau wadahnya disebut sebagai *online shop* (*olshop*) yang menggunakan *website*, *market place*, dan media sosial, dll.

Reseller menjadi salah satu metode jualan yang cukup banyak diminati oleh pelaku bisnis. *Reseller* sendiri merupakan metode penjualan suatu produk yang dilakukan oleh *seller* untuk menjual suatu produk barang kepada pelanggan dengan mempromosikan foto produk dari *supplier* atau toko dan menjual dengan harga yang ditentukan oleh *supplier*. Pada bisnis ini *seller* hanya melakukan penjualan dengan hanya bermodalkan *handphone* atau komputer dengan koneksi internet tanpa harus menyetok banyak barang. Jika *seller* mendapat pesanan, maka *seller* akan meneruskan pesanan kepada *supplier*.

Melakukan jual beli tentu tidak bisa dilakukan secara asal, ada aturan-aturan yang harus diikuti, apalagi disaat jual beli dikaitkan dengan agama. Didalam agama pula disaat melakukan jual beli terdapat dua pelaku bisnis yang dimana salah satunya tidak boleh dirugikan, dan jika ada yang dirugikan maka transaksi tersebut batal atau tidak sah.

Dalam Islam syarat jual beli yang sebenarnya sudah terpenuhi oleh jual beli *online*, selama produk yang dijual tidak

najis dan memberikan manfaat maka produk tersebut halal hukumnya dan boleh diperjual belikan. Jika dilihat dari sisi akadnya, konsep jual beli *online* menimbulkan fenomena baru dalam hukum Islam. Dengan konsep yang tidak mengharuskan pelakunya untuk berada dalam satu tempat untuk bertemu secara langsung ketika akan melakukan jual beli ini menimbulkan perdebatan, dimana nantinya akan mempengaruhi hukum jual beli *online* dengan sistem *reseller* dalam sudut pandang Islam.

Pada jual beli *online* ada beberapa akad yang mirip dengan sistem *reseller*, yaitu akad *salam*, *samsarah*, dan *wakalah*. Menurut M. Ali Hasan (2003), *samsarah* adalah perantara perdagangan yaitu orang yang menjualkan atau yang mencairkan pembeli atau perantara antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli. Akad *salam* adalah akad yang mana terhadap barang perniagaan yang disebutkan sifat-sifatnya yang merupakan tanggungan si penjual yang bersifat dengan kompensasi uang yang diterima di tempat akad (Abdullah, 2006:464). *Wakalah* adalah pemberi kewenangan atau kuasa kepada pihak lain tentang apa yang harus dilakukannya dan penerima kuasa secara *syar'i* menjadi pengganti pemberi kuasa selama batas waktu yang ditentukan (Rais & Hasanuddin, 2011).

Peneliti melihat bahwa banyak dari mahasiswa khususnya mahasiswa FEBI sendiri memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai media komunikasi dan informasi saja melainkan untuk hal-hal lain seperti jual beli secara *online*. Bagi mahasiswa yang ingin

جامعة الرانري
AR-RANIRY

mencari uang tambahan mereka akan memilih untuk melakukan penjualan dengan sistem *reseller* yang tanpa mengeluarkan modal besar.

Peneliti memfokuskan penelitian ini kepada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang melakukan jual beli *online* dengan sistem *reseller*, dimulai dari mereka yang membeli barang kepada *supplier*, cara mereka melakukan promosi, ketika mendapat pesanan dari pembeli, hingga cara mereka melakukan proses pembayaran dan pengiriman produk/barang. Bagaimana cara mereka mengatasi kendala jika terdapat masalah dalam sistem penjualan tersebut. Mekanisme penjualan apa yang dilakukan mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh, apakah itu sesuai dengan ekonomi Islam. Pada studi ini pula akan dilakukan penelitian mendalam mengenai implementasi sistem *reseller* dalam transaksi *e-commerce*. Beberapa aspek yang akan diteliti meliputi pemahaman mahasiswa mengenai konsep sistem *reseller* dalam ekonomi Islam, serta cara mereka menerapkan mekanisme sistem *reseller* yang sesuai dengan ekonomi Islam, dan juga peneliti akan mencari tahu mengenai tinjauan sistem *reseller* yang dilakukan oleh mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Berdasarkan penjelasan dari latang belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"IMPLEMENTASI SISTEM *RESELLER* PADA TRANSAKSI *E-COMMERCE* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh)".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnnya, peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi sistem *reseller* pada transaksi *e-commerce* dalam perspektif ekonomi Islam dikalangan mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap sistem *reseller* yang dilakukan oleh mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis implementasi sistem *reseller* pada transaksi *e-commerce* menurut perspektif ekonomi Islam pada mahasiswa FEBI UIN-Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap sistem *reseller* yang dilakukan oleh mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk banyak orang, diantaranya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan mahasiswa yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce* dengan sistem *reseller* secara ekonomi islam, serta dapat memberikan manfaat sebagai referensi dan acuan juga masukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian.

2. Secara Praktis

   Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan untuk memberikan informasi agar dapat lebih memahami tentang transaksi *e-commerce* dan sebagai acuan bagi mahasiswa dan masyarakat yang ingin mengembangkan penelitian ini.

1.5 Sistematika Pembahasan

Adapun Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yang pada masing-masing babnya terdapat sub-bab pembahasan yang dapat dijadikan bahan acuan berpikir secara sistematis, diantaranya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang Pendahuluan yang berisi gambaran umum isi penelitian yang terdiri dari: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan studi teoritis merupakan bagian yang menjelaskan landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, penelitian terkait, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan penulis seperti menjelaskan tentang jenis penelitian, sumber data penelitian, lokasi dan waktu penelitian, dan teknis analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari hasil penelitian dari Implementasi Sistem *Reseller* pada Transaksi *E-Commerce* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh) yang telah diuraikan mengenai penelitian serta diskusi dari hasil penelitian tentang isi dari skripsi.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan penutup dari pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulisan dan pihak yang berkepentingan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 *E-Commerce*

2.1.1 Pengertian *E-Commerce*

E-commerce adalah teknologi yang sudah menjadi kebutuhan mendasar dari setiap organisasi yang bergerak dibidang perdagangan, *e-commerce* adalah cara bagi konsumen memanfaatkan teknologi internet untuk membeli barang yang diinginkan (Wagino, 2021: 95). Transaksi *e-commerce* menurut Isnawati (2018: 8) adalah transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak tanpa bertemu secara langsung, untuk melakukan negosiasi dan transaksi *online* yang dilakukan melalui alat komunikasi seperti *chat*, telfon, sms, web dan sebagainya. Transaksi *online* bisa dikategorikan sebagai transaksi tidak tunai dikarenakan biasanya dalam transaksi *online* ini, ketika terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak, penjual dan pembeli, maka penjual meminta untuk dilakukan pembayaran, kemudian barang yang dipesan akan dikirimkan.

Menurut Fahmi Khalamillah (2019) *e-commerce* adalah pembelian, penjualan, dan pertukaran barang dan jasa secara elektronik, misalnya melalui jaringan komputer seperti internet di mana transaksi dilakukan penjual ataupun pembeli dilakukan secara elektronik baik itu sekedar penawaran barang atau jasa, pembelian, ataupun pembayaran.

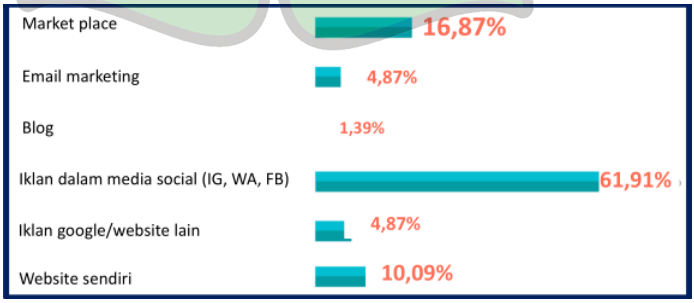
جامعة الرانري
AR-RANIRY

Dalam *e-commerce* terdapat beberapa pihak-pihak yang bergerak dalam kegiatan perdagangan/bisnis menggunakan media internet dalam perkembangan terakhir untuk berkomunikasi hanya melalui jaringan publik. Klarifikasi *e-commerce* yang biasa dilakukan oleh manusia didasarkan pada jenis transaksinya (Wagino, 2021: 96).

Pada *e-commerce* sendiri para penjual tentu perlu untuk melakukan promosi produknya supaya konsumen tentang produk tersebut. Maka dengan semakin meningkatnya teknologi dan kian kuatnya jaringan internet hal ini tentu memudahkan para penjual yang tidak memiliki toko untuk melakukan promosi secara *online* di berbagai aplikasi. Mulai dari sosial media (*facebook*, *whatsapp*, *instagram*, dll), market *place* (*shopee*, tokopedia, olx, lazada, dll), *website*, dan lain-lain. Hal ini terlihat pula pada survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tentang media internet yang digunakan untuk promosi seperti pada gambar 2.1 dibawah ini:

Gambar 2.1

Media Internet yang Digunakan Untuk Promosi



Sumber: APJII, 2022

Dari gambar di atas terlihat bahwa media yang paling banyak digunakan untuk melakukan promosi ialah iklan pada media sosial (*instagram, whatsapp, facebook*) sebanyak 61,91%, diikuti dengan promosi melalui market *place* sebanyak 16,87%, *website* pribadi 10,09%, *email marketing* dan iklan *google*/*website* lain 4,87% dan terakhir promosi melalui blog sebanyak 1,39%. Hal ini menyatakan bahwa media sosial tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi dan informasi saja, melainkan juga sebagai media promosi produk-produk sekaligus media untuk bertransaksi *online*.

2.1.2 Komponen *E-Commerce*

Menurut Muhammad Aldrin Akbar dan Sitti Nur Alam (2020) menyatakan bahwa *e-commerce* memiliki beberapa komponen standar yang dimiliki dan tidak dimiliki oleh transaksi bisnis *offline*, yaitu:

a. Produk, banyak jenis produk yang bisa dijual melalui internet seperti komputer, buku, musik, pakaian, mainan, dan lainnya.
b. Tempat untuk menjual produk (tempat untuk menjual), tempat untuk menjual adalah internet yang berarti anda harus memiliki domain dan *hosting*.
c. Cara menerima pesanan, *email*, telepon, sms dan lainnya.
d. Metode pembayaran, tunai, cek, bank, kartu kredit, pembayaran internet (misal *Paypal*).

جامعة الرانري
AR-RANIRY

e. Metode pengiriman, pengiriman dapat dilakukan melalui paket, penjual, atau diunduh jika produk yang dijual memungkinkan untuk itu (misal perangkat lunak).

f. Layanan pelanggan, *email*, formulir *online*, telepon, obrolan dan lainnya.

2.1.3 Risiko Transaksi *E-Commerce*

Menurut Rif'ah Roihanah (2011), risiko yang akan muncul saat melakukan transaksi *e-commerce*, sebagai berikut:

1. Pembeli tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan.
2. Ketidakjelasan informasi tentang barang yang ditawarkan.
3. Tidak jelasnya status subjek hukum dari si pelaku usaha.
4. Tidak adanya jaminan keamanan bertransaksi dan privasi, serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik, baik dengan *credit card* maupun *electronic cash*.
5. Pembebanan risiko yang tidak seimbang, karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan dimuka oleh pembeli, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman.

2.1.4 *E-Commerce* dalam Perspektif Ekonomi Islam

Media *e-commerce* dapat dikatakan boleh berdasarkan prinsip mashlahah karena akan kebutuhan manusia dengan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

kemajuan teknologi ini akan terus berusaha memperbaiki dan menghindari kelemahan dan penyimpangan teknik dari syari'ah.

E-commerce menurut ranah fikih kontemporer adalah alat, media, metode teknis ataupun sarana (*wasilah* yang dalam kaidah syari'ah bersifat fleksibel, dinamis, dan variabel. Hal ini termasuk *unmurid dunya* (persoalan teknis keduniawian) selama dalam koridor syari'ah kepada umat Islam untuk menguasai dan memanfaatkan perkembangan zaman demi kemakmuran bersama. Menurut kaidah fikih sebagaimana dikemukakan oleh Wahbah Zuhaili, bahwa prinsip dasar dalam transaksi muamalah dan persyaratannya yang terkait dengannya adalah boleh selama tidak dilarang oleh syari'ah atau bertentangan dengan dalil. Tidak dipungkiri bahwa mekanisme yang dibuat manusia tidak luput dari kelemahan dan selama masih relatif aman dan didukung oleh upaya-upaya pengaman.

Ketika bertransaksi dalam Islam haruslah memperhatikan rukun maupun syaratnya agar sebuah transaksi menjadi halal hukumnya, termasuk dalam transaksi jual beli. Begitu juga dalam transaksi *online*, jika rukun dan syarat jual beli tidak dipenuhi sesuai dengan aturan *fiqh* maka transaksi jual beli *online* tersebut menjadi haram bukumnya (Nuari, 2019).

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Terdapat 5 tahapan yang harus dilakukan untuk memenuhi validitas transaksi *e-commerce* dalam Islam (Hidayah, 2019), yaitu sebagai berikut:

1. Mengajukan kontrak (*At-ta'aqud*)

   Ini merupakan tahapan awal yang harus dilakukan, dimana kedua belah pihak mengecek adanya empat pilar yang mengikat kontrak, yaitu *sighat* (ijab qabul), dua pihak yang melakukan transaksi, barang yang diperjualbelikan, dan ungkapan yang harus disepakati. Jika pemilik produk tidak bisa hadir, maka seorang agen harus memastikan bahwa perusahaan tersebut benar-benar ada. Sehubungan dengan barang yang berlaku pada objek pada umumnya, dalam *e-commerce*, dimana transaksi dilakukan via internet, maka barang tersebut harus tersedia di suatu tempat di pasar global.

2. Memastikan Validitas *(Shiha)*

   Selama proses validitas, kontrak tersebut harus bebas dari elemen bunga (riba), ketidakjelasan (*gharar*), penipuan, pemaksaan, atau salah satu dari jenis perjudian (*maysir*).

3. Implementasi/Penerapannya (*Nafadz*)

   Pada tahap ini, ada dua hal utama yang harus dilakukan yaitu: 1) orang yang menawarkan produk adalah pemilik produk itu sebenarnya dan memiliki hak penuh terhadap barang tersebut. Barang tersebut terbebas dari semua hutang-piutang dan mengikat (*Ilzam*). 2) kedua pihak harus

menandatangani kontrak, pembeli harus memeriksa perusahaan (penjual) dan produk yang dijual melalui agen atau pihak lain. Hal ini dilakukan karena konsumen tidak bisa melihat secara langsung kondisi barang, dan *website* bisa selalu dikembangkan. Setelah menandatangani kontrak, pembeli harus menyimpan copyan dari kontran tersebut untuk menghindari manipulasi.

4. Pengiriman

   Pada tahap ini, kedua pihak harus saling menukar antara barang dan harga yang harus dibayarkan. Pada umunya, *e-commerce* menggunakan kartu kredit, namun muslim harus menghindari pemakaian kartu kredit yang mengandung riba dan mencari alternatif lain seperti melalui bank. Setelah menerima produk, konsumen juga harus memeriksa dan mengkonfirmasikan apakah barang yang diterima sesuai dengan kondisi dan spesifikasi yang disepakati. Dalam Islam, ada beberapa pilihan yang dilakukan jika hal tersebut terjadi, yaitu dengan *khiyar*.

5. Pembayaran untuk transaksi *e-commerce*

   Pembayaran *e-commerce* pada umumnya menggunakan kartu kredit. Namun dalam Islam, jika diasumsikan bahwa penggunaan kartu kredit adalah halal, maka pembeli harus membayar harga secara keseluruhan sebelum tanggal yang ditentukan. Bagaimanapun, masalah utama dalam keabsahan *e-commerce* menurut pandangan Islam ialah

جامعة الرانري
AR-RANIRY

dimana konsumen hanya membayar 15% dari syarat minimum, sementara bank yang mengeluarkan akan menagih sebesar 2% setiap bulan dari neraca yang ada. Untuk itulah solusi dari Islam adalah *murabahah*.

Pada dasarnya *e-commerce* menggunakan internet sebagai alat, media, sarana, yang mana dalam kaidah syariah bersifat fleksibel dan dinamis. Hal ini termasuk persoalan teknis keduniawian yang Rasulullah pasrahkan sepenuhnya selama dalam bidang muamalah kepada umat Islam menguasai dan memanfaatkannya demi kemakmuran bersama (Khalamillah, 2019).

2.2 *Reseller*

2.2.1 Pengertian *Reseller*

Secara terminologi *reseller* merupakan penjual yang menjual kembali. *Reseller* hampir mirip dengan pedagang yang sama-sama mengambil barang dari penjual dan menjualnya kembali denga harga yang lebih tinggi. Dari sisi pelanggan biasanya tidak terlalu mempermasalahkan apakah *reseller* memiliki stok sendiri atau tidak. Selama *reseller* bisa melayani dan menjelaskan produk yang dia jual dengan baik (Damayanti, 2020).

Peran *reseller* sendiri ialah menawarkan barang yang sudah dibeli dari pemilik barang, baik dengan pemabayaran tunai atau cicilan. Kemudian barang-barang itu ditawarkan

kepada para calon pembeli dengan harga spesifikasi tertentu (Rohman, 2020: 57).

Reseller memiliki keunggulan tersendiri daripada agen atau makelar, kelebuhannya ialah *reseller* tidak mendapat upah dari *supplier* secara langsung melainkan mereka mendapat upah mellaui harga khusus yang diterapkan untuk *reseller* sehingga *reseller* akan mendapat upah dari harga yang lebih dari harga yang dipasarkan *supplier* (Haeril, 2022).

Reseller menggunakan sistem *pre-order* atau pemesanan terlebih dahulu, dimana pelaku usaha *online shop* atau *reseller* tidak melakukan persediaan (stok barang) yang terlalu banyak, barang yang didapat merupakan jalinan kerjasama dengan *supplier* atau pemasok yang memiliki atau memproduksi barang. *Reseller* menggunakan foto atau video barang milik *supplier*, kemudian memasarkannya melalui sosial media, jika konsumen tertarik ingin membali maka *reseller* membeli kepada barang tersebut kepada *supplier*. Untuk memasarkan produk tersebut *reseller* harus menggunggah foto produk berserta stok produk dan rincian produk yang ditawarkan seperti harga, ukuran, bahan, dan sebagainya (Pitri, Hasan, & Sayuti, 2022).

2.2.2 Macam-macam Model *Reseller*

Model kerjasama antara *reseller* dan *supplier* secara umum yaitu *supplier* memberikan beberapa produk kepada *reseller* yang kemudian dijual kepada konsumen dengan harga yang ditetapkan oleh *supplier* (Barrioh, 2016: 6).

Ada beberapa macam model pada sistem *reseller*, yaitu sebagai berikut:

1. Model bagi hasil

   Model bagi hasil ini biasanya banyak ditemukan di internet yang mana sering digunakan pada sistem *reseller*. Pada sistem *reseller* model bagi hasil ini biasanya persentase komisi tidak lebih dari 50% dari harga penjualan dan juga terdapat batasan-batasan pada produk tertentu saja (Syafii & Creativity: 2013, 7).

2. Model jaminan

   Model yang satu ini sangat jarang dilakukan karena banyak penjual merasa keberatan dengan model ini, model jaminan ini menggunakan jaminan uang untuk menjadi *reseller*. Model ini memungkinkan pengelola dan pelaku bisnis tidak ingin dirugikan oleh *reseller* yang banyak sekali melakukan penipuan-penipuan dalam jual beli online, biasanya *reseller* memberikan uang muka atau DP yang telah dilakukan oleh pelaku atau pengelola bisnis tidak dirugikan sepenuhnya (Lubaba, Paturrohman & Khori'ah: 2021, 193).

3. Model web replika

   Medel web replika mempunyai kekhususan yang unik, web replika merupakan website yang pengelola berikan kepada *reseller* sebagai media promosi secara *online*, selanjutnya *reseller* akan menerima komisi jika

pada web replika mereka terjadi kegiatan transaksi (Triyawan & Nugroho: 2018, 4).

4. Model web *alone*

Web *alone* mempunyai nilai tambah tersendiri dibanding dengan model-model *reseller*, karena model *reseller* bisa melakukan kebebasan dalam produk. Disamping itu *reseller* sepenuhnya sangat dimanjakan dengan diskon harga, *reseller* dapat melakukan penjualan sendiri dengan web *alone* yang dimiliki (Syafii & Creativity, 2013: 8).

5. Model beli jual

Model beli jual ini tidak kalah menarik dari web *alone*, karena fasilitas pada model ini juga mengedepankan pelayanan *reseller*, *reseller* cukup melakukan pembelian yang telah ditentukan oleh pengelola, selanjutnya *reseller* akan menjadi member dengan berbagai fasilitasnya, disamping bisa bermain harga, *reseller* juga mendapatkan diskon harga yang menarik (Syafii & Creativity, 2013: 8).

2.2.3 Kelebihan dan Kekurangan Sistem *Reseller*

a. Kelebihan Sistem *Reseller*

Jika dibandingkan dengan bisninis lainnya, ada beberapa kelebihan yang dimiliki oleh sistem *reseller* yaitu sebagai berikut (Misna, 2020):

1) Memiliki keuntungan yang lumayan besar.

2) Dapat menjual barang secara *online* maupun *offline* karena memiliki barang fisiknya.
3) Bisa mengelola stok sendiri.
4) Usaha akan cepat berhasil karena pelanggan lebih percaya jika melihat langsung fisik dari barang yang akan dijual.
5) Tidak direpotkan dengan *packing* dan pengiriman barang.

b. Kekurangan Sistem *Reseller*

Tidak hanya kelebihan saja, sistem *reseller* ini juga memiliki kekurangan, antara lain sebagai berikut:

1) Memiliki risiko yang merugikan jika produk tidak terjual.
2) Stok barang harus selalu tersedia.
3) Harus mempunyai modal yang cukup.
4)

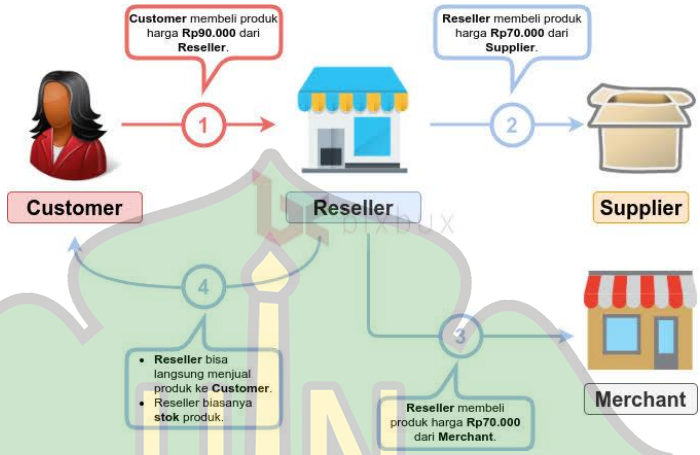
2.3 *Mekanisme Sistem Reseller*

Sistem *reseller* merupakan istilah yang sering digunakan untuk menyebutkan salah satu sistem pemasaran atau penjualan suatu produk, yang melibatkan tiga pihak yaitu *supplier* (pemilik barang), pembeli dan *reseller*. Istilah *reseller* dimaksudkan sebagai seseorang yang menjual kembali produk dagangan dari orang lain/*supplier* atau pemilik barang (Rohman, 2020: 57).

Mekanisme transaksi dengan sistem *reseller* memiliki tahapan seperti pada gambar 2.1 sebagai berikut:

Gambar 2.2

Skema Transaksi *Reseller*



Sumber Bixbux.com

Keterangan:

1. *Reseller* membeli produk kepada *supplier* atau *merchant* dengan harga murah.
2. *Reseller* menyetok barang.
3. *Reseller* mempromosikan produknya di *e-commerce*nya.
4. *Customer*/pembeli membeli barang kepada *reseller* dengan harga yang lebih mahal.
5. *Reseller* melakukan proses pengiriman barang kepada *customer*.

2.4 *Reseller Menurut Ekonomi Islam*

Secara umum apapun bentuk jual beli dalam hukum Islam adalah mubah (boleh) yang didasarkan pada kaidah fiqih, yang

pada dasarnya segala hukum dalam muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang melarangnya. Islam memperbolehkan penganutnya untuk melakukan berbagai bentuk muamalah dengan tujuan kemashlahatan bersama, tetapi kebolehan tersebut bisa saja berubah menjadi sesuatu yang dilarang apabila terdapat alasan-alasan tertentu (Nubahai, 2019).

Pada dasarnya ada beberapa pedoman yang *reseller* harus tahu ketika mereka yang terlibat dalam perdagangan terlepas dari apakah itu tradisional atau *e-commerce*. Islam menjelaskan bahwa tujuan pertama seorang muslim yang melakukan bisnis adalah untuk mencari ridha Allah dan mereka harus memiliki tujuan yang lebih tinggi ialah dengan meningkatkan persediaan, jenis produk dan berusaha untuk menemukan cara-cara demi meningkatkan pelayanan dan margin keuntungan (Zainul, Osman, & Mazlan, 2004).

Oleh sebab itu, untuk menghasilkan merupakan tujuan sekunder bagi mereka yang menginginkan adanya keseimbangan antara laba dengan keridhaan Allah di dunia dan di akhirat. Namun perlu diketahui bahwa, bisnis *reseller* tidak hanya untuk mereka yang muslim, tetapi juga untuk orang-orang yang ingin melakukan bisnis untuk mendapatkan keuntungan.

Menurut fikih Islam, bisnis dengan skema *reselling* diperbolehkan dengan memenuhi beberapa ketentuan sebagai berikut (Damayanti, 2020):

جامعة الرانري
AR-RANIRY

a. Produk

Produk menurut Asnawi dan Fanani (2017) ialah barang yang dipasarkan yang bertujuan untuk memenuhi permintaan dari konsumen, hal ini harus dipahami oleh seorang *marketer* dalam pemasaran untuk menentukan keunggulan dari produk yang ditawarkan (*core benefit*) dan pengembangan produk terhadap nilai tambahnya (*augmented product*). Seorang *reseller* harus memiliki akses ke produk yang berkualitas dan sesuai dengan pasar yang dituju. Hal ini melibatkan pemilihan *supplier* atau produsen yang dapat menyediakan produk yang dibutuhkan.

Suatu produk yang dipandang baik itu haruslah memenuhi nilai syariah, maka dari itu terdapat beberapa hal yang harus dipenuhi oleh pemasar dalam menjual produknya (Abdullah, 2017: 51) sebagai berikut:

a. Memahami ketentuan syariah
b. Produk yang halal/mubah
c. Harus diketahui jumlahnya/volume
d. Kemasan yang digunakan kuat, tidak mudah rusak
e. Bermanfaat dan tidak membahayakan kesehatan
f. Tidak merusak pikiran/membodohi

Kriteria jual produk yang tidak tunai dan *al-maushufah fi dzimmah* itu harus halal dan jelas kriterianya agar tidak termasuk produk *gharar* (tidak jelas) yang dilarang dalam Islam, sesuai dengan hadits Rasulullah SAW yang artinya:

جامعة الرانري
AR-RANIRY

"Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung *gharar*". *Suplier* haruslah menjelaskan secara jujur tentang objek jual beserta harganya kepada *reseller*. Begitu pula *reseller* harus menjelaskan hal tersebut kepada konsumen secara jelas.

b. Promosi

Promosi merupakan bagian terpenting dalam kegiatan pemasaran, setiap pemasar harus menggunakan alat promosi yang tepat untuk mencapai keberhasilan penjualan (Huda, *et, al*., 2015). *Reseller* perlu memiliki strategi pemasaran dan promosi yang efektif untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Ini bisa melibatkan penggunaan media sosial, situs web, kampanye iklan, program afiliasi, atau strategi pemasaran lainnya.

Dalam strategi promosi dituntun untuk memperhatikan hal-hal sesuai syariah (Abdullah, 2017: 51) sebagai berikut:

a. Mematuhi ketentuan syariah
b. Konten berisikan kebaikan
c. Komunikasi yang baik dalam promosi
d. Informasi yang diberikan memadai dan jelas
e. Tidak melakukan promosi penipuan

c. Harga

Harga merupakan fungsi dari permintaan dan penawaran suatu barang, jika permintaan terhadap barang meningkat maka harga jual juga akan ikut meningkat, begitu

pula sebaliknya (Usman, Sobari, & Sulthani, 2019). *Reseller* perlu menentukan harga jual dengan bijak. Hal ini melibatkan penentuan *mark up* yang tepat untuk memperoleh keuntungan yang layak. *Reseller* juga harus memperhatikan harga pasar, persaingan, dan keuntungan yang diharapkan untuk menentuka harga yang kompetitif dan menguntungkan.

Dalam Islam harga merupakan elemen yang sangat fleksibel, harga bisa saja naik karena penurunan jumlah barang yang tersedia atau peningkatan jumlah konsumen. Jika harga yang ditetapkan berlebihan atau tidak wajar, maka pedagang tersebut sudah dikatakan telah mempraktikkan riba. Islam memandang berdagang harus menganut persaingan yang sehat, yang bermakna bebas dari spekulasi, penimbunan, kebihingan, dan lainnya (Rozalinda, 2014: 161).

Menurut Abdullah (2017: 50), ada beberapa kebijakan harga dalam Islam yang meliputi hal-hal sesuai syariah sebagai berikut:

a. Mematuhi ketentuan syariah.
b. Penetapan dan perubahan harga harus diketahui kedua belah pihak.
c. Saat merubah harga harus diikuti dengan perubahan kualitas dan kualitas produk, disesuaikan dengan kondisi.
d. Menghindari menumbun barang, dengan tujuan barang akan langka dan harga akan naik.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

d. Metode Pembayaran

Metode Pembayaran merupakan metode atau cara yang dilakukan ketika akan membayar sesuatu. Menurut Deufel dan Kemper (2018) defisini metode pembayaran berkaitan dengan cara pelanggan membayar layanan dan dapat memilih daftar metode pembayaran pilihan dari perusahaan. Metode pembayaran dalam sistem *reseller* dapat bervariasi tergantung kesepakatan antara *reseller* dan konsumen. Biasanya, *reseller* akan menerima pembayaran tunai, transfer bank, kartu kredit atau metode pembayaran elektronik lainnya yang umum digunakan oleh konsumen. Berikut beberapa metode pembayaran yang sering digunakan pada transaksi *e-commerce* (Ramadhani, *et all*, 2022):

a. *Cash Of Delivery* (COD), pada metode ini biasanya pembayaran akan dilakukan setelah barang yang dipesan datang ke alamat yang dituju kemudian baru akan diproses untuk pembayaran.
b. Transfer Bank, pada metode ini pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan mesin ATM, *mobile banking* ataupun *internet banking*.
c. Kartu Kredit, pembayaran ini bisa dilakukan dengan menggunakan semua jenis kartu kredit yang ada, biasanya konsumen harus mengisi data-data yang disediakan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

d. *E-Wallet*, metode yang satu ini mulai ramai digunakan di Indonesia. Metode ini digunakan untuk menyimpan uang kita dalam bentuk digital, dan bisa juga dilakukan dengan menggunakan transaksi secara *online*, misalnya *go-pay*, ovo, dan lain-lain.

e. Hak untuk membatalkan atau melanjutkan

Jika barang (dipesan/diterima) itu tidak sesuai dengan pesanan atau kriteria, pembeli bisa membatalkan jual beli dengan ganti rugi atau melajutkan jual beli.

Pada praktiknya, ada beberapa sistem model penjualan bagi *reseller*, yaitu sebagai berikut (Rohman, 2020: 57):

a. *Reseller* menjual produk milik *supplier* (pemilik barang) tanpa harus banyak menyetok barang (hanya contoh barang), ketika ada konsumen membeli, maka *reseller* menghubungi *supplier* untuk mengirim produk yang telah dipesan.

b. *Reseller* bersepakat dengan *supplier* untuk membawa produk *supplier* tanpa membayar terlebih dahulu, lalu *reseller* menjualnya kepada konsumen dengan harga dari *supplier* ditambah dengan margin keuntungan. Ketika ada konsumen membeli, maka uang hasil pembelian diberikan kepada *supplier* sesuai kesepakatan awal. Dalam hal ini, *reseller* mendapat keuntungan dari harga yang telah di*mark up* dari harga *supplier*. Model seperti ini dikenal juga dengan sistem konsinyasi. Hukum jual beli dengan sistem

جامعة الرانري
AR-RANIRY

seperti ini halal dan sah selama tidak melanggar aturan dasar dalam fiqh jual beli (baik berkaitan dengan akad, orang yang berakad, maupun onjek yang menjadi jual beli), dan juga tidak bertentangan dengan tujuan syariat Islam. Akad pada jual beli dengan sistem *reseller* ini bisa dikategorikan sebagai akad *samsarah*, *syirkah*, ataupun *murabahah* sesuai dengan praktek yang berjalan.

c. *Reseller* membeli produk barang dari *supplier*, baik dicicil ataupun *cash*. Lalu *reseller* menjual produk tersebut kepada konsumen. Jika konsumen membeli dan membayar, maka pembayaran langsung dilakukan ke *reseller*. Praktek jual beli model seperti ini pada hakikatnya sams seperti jual beli secara umum, dimana seorang penjual membeli produk kepada *supplier* (pemilik barang), lalu penjual (*reseller*) menjualnya kembali kepada konsumen. Hukum jual beli ini halal dan sah selama tidak melanggar aturan dasar fiqh jual beli dan tidak bertentangan dengan tujuan syariat Islam.

Pada masa sekarang, sistem *reseller* sangat dibutuhkan masyarakat, baik bagi produsen (pemilik barang) ataupun bagi *reseller*. Pemilik barang mendapat manfaat produknya bisa dipasarkan dan bisa terjual dengan bantuan *reseller*, *reseller* mendapat manfaat karena dimudahkan menjual produk tanpa harus membuatnya sendiri, dan konsumen mendapat manfaat karena ada kemudahan mendapatkan produk dari *reseller* yang biasanya tersebar dimana-mana, bahkan bisa jadi dikenalnya

sehingga merasa aman dan mudah didapatkan (Rohman, 2020: 59).

2.5 *Macam-macam Akad dalam Sistem Reseller*

2.5.1 Akad Simsarah

Akad *simsarah* merupakan akad yang dimana seseorang menjualkan barang milik orang lain dan dia mendapat *fee* atas jasa menjualkannya. Akad *simsarah* disepakati kehalalannya oleh seluruh ulama. Akad *simsarah* juga bisa dilihat pada para karyawan toko. Status mereka adalah karyawan toko, bukan pemilik toko, dan juga bukan pemilik barang (Isnawati, 2018).

Landasan diperbolehkan akad *samsarah* ini merujuk pada suatu fenomena pada masa sahabat, Imam Bukhari berkata: "Ibnu Sirin, Artha, Ibrahim, dan Hasan memandang *samsarah* itu boleh". Ibnu Abbas berkata dalam sebuah hadits yang artinya: "*Dari Ibnu Abbas r.a., dalam perkara pengertian samsarah, ia berkata "Tidak mengapa kalau seseorang berkata, "Jual lah kain ini dengan harga sekian berapapun lebihnya (dari penjualan itu) adalah untuk engkau*" (H.R. Bukhari).

2.5.2 Akad Wakalah

Akad *wakalah* atau perwakilan merupakan akad yang dilakukan antara *reseller* dan *supplier* maksudnya ialah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak (*muwakil*) kepada pihak lain (*wakil*), yang dimana atas jasanya tersebut maka penerima kekuasaan dapat meminta imbalan tertentu dari pemberi amanah.

Menurut Jumhur ulama akad *wakalah* empat rukun, antara lain sebagai berikut (Az-Zuhaili, 2011):

1. Orang yang mewakilkan (*muwakil*),
2. Orang yang mewakili (*wakill*),
3. Sesuatu yang diwakilkan/objek (*al-muwakkal*), dan
4. *Sighah* atau ucapan yang menunjukkan *ijab* dan *qabul*.

Dengan syarat-syarat sebagai berikut (Az-Zuhaili, 2011):

1. Syarat *Muwakil* (orang yang mewakilkan)

   Syarat yang harus dimiliki seorang *muwakil* adalah ia harus memiliki hak penuh atas penguasaan suatu barang atau pekerjaan artinya barang adalah miliknya sendiri bukan milik orang lain.

2. Syarat *Wakil* (orang yang mewakili)

   Syarat bagi orang yang diberikan kuasa untuk menjadi wakil adalah orang yang berakal dan *tamyiz*. Jika orang yang menjadi wakil adalah gila atau belum dewasa maka akan batal.

3. Syarat *Al-muwakil* (objek yang diwakilkan)

   Objek yang diwakilkan harus berupa pekerjaan yang memang boleh diwakilkan oleh orang lain mengerjakannya. Jika yang diwakilkan adalah barang tersebut jelas dan milik pihak yang diwakilkan ketika akad *wakalah*.

4. Syarat *Shigat*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Shigat merupakan *ijab qabul* yang menunjukkan adanya keridhaan terhadap perwakilan yang akan dilakukan pada akad *wakalah*.

2.5.3 Akad *Salam*

Akad *salam* yaitu akad yang dibayarkan tunai, sementara barang atau jasanya dihutangkan dan hukumnya boleh dan sah dalam hukum islam. Tanpa disadari bahwasanya kita telah melakukan akad tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Bahasa sederhananya, akad *salam* pada dasarnya adalah jual beli dengan hutang. Namun bedanya, yang berhutang bukanlah uang pembayarannya melainkan barang. Sedangkan pembayaran uang justru bertebaran dalam bentuk akad (Sarwat, 2018).

Menurut Isnawati (2018: 9) akad *salam* hanya jual beli yang bersifat suatu benda, bukan *ain* nya. Sehingga ketika barang yang datang tidak sesuai dengan sifat yang disebutkan ketika akad, maka transaksi *salam*nya bisa dibatalkan.

Jadi akad *salam* ini juga disebut dengan *ba'i salaf*. Menurut istilah syariah akad *salam* diartikan oleh para ahli hukum secara umum sebagai jual beli barang yang dinyatakan sebagai kewajiban ditukar dengan pembayaran yang segera dilakukan (Hasanah, 2018).

Dasar hukum tentang akad *salam* terdapat dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 282 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُسَمًّى

فَاكْتُبُوهُ...{٢٨٢}

Artinya : "*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang telah ditentukan, hendaklah kamu menulisnya*" (Q.S. Al-Baqarah: 282).

Dalam praktik jual beli terjadi fenomena jual beli dengan pesanan atau model inden. Jual beli *salam* adalah jual beli dimana pembeli memesan untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu, kemudian penjual mengirimkan barang yang dipesan pada akhirnya. Kata *as-salam* secara harfiah berarti menjual sesuatu dengan ciri tertentu, tetap menjadi tanggung jawab penjual tetapi pembayarannya langsung atau tunai (Lubaba, Paturrohman, & Khori'ah, 2021).

Berbeda dari akad-akad lainnya, akad *salam* memiliki beberapa syarat pada barang dan beberapa ketentuan sebagai berikut (Mujahidin, 2019):

1. Bukan *ain*-nya tapi spesifikasinya

   Maksudnya ialah penjual tidak menjual *ain* suatu barang tertentu yang sudah ditetapkan, melainkan yang dijual adalah barang dengan spesifikasi tertentu. Sebagai contoh, seorang pedagang material membangun menjual secara *salam* 10 kantung semen dengan merek tertentu dan berat tertentu kepada seorang pelanggan. Kesepakatan

pembayaran dilakukan saat ini juga, namun penyerahan semennya baru 2 bulan kemudian, terhitung sejak akad itu disepakati. Walaupun saat itu mungkin si pedagang punya 10 kantung semen yang dimaksud di gudangnya, namun dalam akad *salam*, bukan beratu yang harus diserahkan adalah 10 kantung itu. Pedagang itu boleh saja dia menjual ke-10 kantung itu saat ke pembeli lain, asalkan nanti pada saat jatuh tempo 2 bulan kemudian, dia sanggup menyerahkan 10 kantung semen sesuai kesepakatan. Sebab yang dijual bukan ke-10 kantung semen yang tersedia di gudang, tapi yang dijual adalah 10 kantung yang lain, yang mana saja, asalkan sesuai spesifikasi.

2. Barang jelas spesifikasinya

   Maksudnya ialah barang yang dipesan harus dijelaskan spesifikasinya, baik kualitas maupun juga kuantitas. Termasuk jenis, macam, warna, ukuran, dan spesifikasi lain. singkatnya, setiap kriteria yang diinginkan harus ditetapkan dan dipahami oleh kedua-belah pihak, seakan-akan barang yang dimaksud ada dihadapin mereka berdua. Dengan demikian, ketika penyerahan barang itu dijamin 100% tidak terjadi komplain dari kedua belah pihak.

3. Barang tidak diserahkan saat akad

   Maksudnya ialah apabila barang itu diserahkan tunai, maka tujua utama dari *salam* malah tidak dipercayai, yaitu

جامعة الرانري
AR-RANIRY

untuk memberikan keleluasaaan kepada penjual untuk bekerja mendapatkan barang itu dalam tempo waktu tertentu. Seperti yang disebutkan dalam sebuah dalil dimana Rasullah SAW bersabda yang artinya: "*Siapa yang meminjamkan buah kurma maka harus meminjamkan dengan timbangan yang tertentu dan sampai pada masa tertentu*" (H.R. Bukhari dan Muslim). Al-Qadhi Ibnu Wahhab mengatakan bahwa *salam* itu adalah *salaf*, dimana akad itu memang sejak awal ditetapkan untuk pembayaran di awal dengan penyerahan barang belakangan.

4. Batas minimal penyerahan barang

   Al-Karkhi dari Al-Hanafiyah menyebutkan minimal jatuh tempo yang disepakati adalah setengah hari dan tidak boleh kurang dari itu. Ibnu Abil Hakam mengatakan tidak mengapa bila jaraknya 1 hari. Ibnu Wahab meriwayatkan dari Malik bahwa minimal jarak penyerahan barang adalah 2 atau 3 hari sejak akad dilakukan.

5. Jelas waktu penyerahannya

   Maksudnya ialah pada saat akad dilakukan harus ditetapkan waktu (jatuh tempo) penyerahan barang. Hal ini berdasarkan sabda Rasulullah SAW yang artinya "*Hingga waktu (jatuh tempo) yang telah diketahui (oleh kedua belah pihak) pula*" (Muttafaqun 'alaih). Para fuqaha sepakat bila dalam akad *salam* tidak ditetapkan waktu

جامعة الرانري
AR-RANIRY

jatuh temponya, maka akad itu batal dan tidak sah. Dan ketidak jelasan kapan jatuh tempo penyerahan barang itu akan membawa kedua belah pihak ke dalam pertengkaran dan penzaliman atas sesama. Jatuh tempo bisa ditetapkan dengan tanggal, bulan, atau tahun tertentu, atau dengan jumlah hari atau minggu atau bilan terhitung sejak disepakatinya akad *salam* itu.

6. Dimungkinkan diserahkan pada saatnya

Maksudnya ialah pada saat menjalankan akad *salam*, kedua belah pihak diwajibkan untuk memperhitungkan ketersediaan barang pada saat jatuh tempo. Persyaratan ini demi menghindarkan akad *salam* dari praktik tipu-menipu dan untung-untungan, yang keduanya nyata-nyata diharamkan da;am syari'at Islam. Misalnya seseorang memesan buah musiman seperti durian atau mangga dengan perjanjian: "Barang harus diadakan pada selain waktu musim buah durian dan mangga", maka pemesanan seperti ini tidak dibenarkan. Selain mengandung unsir *gharar*, akad semacam ini juga akan menyusahkan salah satu pihak. Padahal diantara prinsip dasar perniagaan dalam Islam ialah "memudahkan", sebagaimana disebutkan pada hadits berikut: "*Tidak ada kemudharatan atau pembalasan kemudhoratan dengan yang lebih besar dari perbuatan*" (H.R. Ahmad). Ditambah lagi pengabaian syarat tersedianya barang di pasaran pada saat jatuh tempo

جامعة الرانري
AR-RANIRY

akan memancing terjadinya percekcokan dan perselisihan yang tercela. Padahal setiap perniagaan yang rentan menimbulkan percekcokan antara penjual dan pembeli pasti dilarang.

7. Jelas tempat penyerahannya

Maksudnya ialah barang yang terjamin adalah barang yang dipesan tidak ditentukan selain kriterianya. Adapun pengadaannya, maka diserahkan sepenuhnya kepada pengusaha, sehingga ia memiliki kebebasan dalam hal tersebut. Pengusaha berhak untuk mendatangkan barang dari ladang atau persediaan yang telah ada, atau dengan membelinya dari orang lain.

Persayaratan ini bertujuan untuk menghindarkan akad *salam* dari unsur *gharar*, sebab bisa saja kelak ketika jatuh tempo, pengusaha (dikarenakan suatu hal) tidak bisa mendatangkan barang dari ladangnya, atau dari perusahaannya (Sarwat, 2018).

Bentuknya seperti saat seseorang membeli barang perniagaan dari pemiliknya lalu menyerahkan barang tersebut kepada pembeli yang telah membeli barang dirinya sebelum barang tersebut menjadi miliknya (Palevy, Furqani & Hasnita, 2020). Maka syarat-syarat penukar (*ra'su mal as-salam*) ialah jenisnya diketahui, kuantitasnya diketahui, dan diserahkan di majelis. Sedangkan syarat-syarat barang (*muslam fih*) ialah berada dalam tanggungan dan dijelaskan dengan penjelasan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

yang menghasilkan pengetahuan tentang kuantitasnya dan ciri-cirinya yang dapat membedakan dari barang lainnya agar ketidakjelasan hilang dan perselisihan tidak terjadi (Sabiq, 2015: 80).

Pada Fatwa DSN-MUI Nomor: 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli salam pada point pertama dijelaskan tentang pembayaran ialah sebagai berikut (Saprida, 2018):

1. Alat yang harus dibayar diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang atau manfaat,
2. Pembayaran harus disepakati sesuai dengan ketentuan, dan
3. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.

2.6 *Penelitian Terkait*

Penelitian mengenai *reseller* telah banyak diteliti sebelumnya, baik itu membahas mengenai transaksi *reseller*, sistem *reseller*, ataupun sistem pemsaran *reseller*. Adapun penelitian-penelitian terdahulu sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Alam, Herianingrum, Lestari, dan Nurrahman (2022) dengan judul Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Sistem Reseller dan Relevansinya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil yang didapatkan ialah mekanisme sistem reseller di Beteng Trade Center menggunakan strategi distribusi tak langsung (indirect) dimana pemilik produk berperan sebagai supplier atau

penyedia barang dan reseller sebagai konsumen dari supplier, sedangkan konsumen dari reseller disebut sebagai konsumen akhir.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Suryaningsih (2019) dengan judul Implementasi Etika Bisnis Islam pada *Reseller Anna Collection* di Pagesangan Surabaya dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil menunjukkan bahwa prinsip kesatuan bahwa *reseller* menerapkan suatu etika bisnis secara Islam, prinsip keseimbangan pelanggan (*customer*) tidak ada perlakuan yang berbeda ke masing-masing pelanggan, prinsip kehendak bebas tidak memaksa *customer* untuk membeli produknya, tetap memiliki tanggung jawab atas informasi yang diberikan melalui sosial media maupun *complain* dari *customer* secara langsung, prinsip kejujuran *reseller* memberi informasi terkait produk yang dijual, dan tetap menginformasikan jika produk tersebut adanya kerusakan (cacat).

Selanjutnya penelitian tentang Pesepektif Etika Bisnis Islam pada Sistem Konsinyasi dalam Strategi *Reseller* oleh Muhammad Khoirul Fikri (2019) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa perilaku bisnis yang dijalankan oleh Hamzah Batik dalam Perspektif etika bisnis Islam sudah cukup baik. Selain nilai dan etika bisnisnya, etika kepemimpinan yang ditunjukkan oleh pemimpinnya sudah baik. Pelaksanaan sistem konsinyasi Hamzah Batik dengan *supplier* dalam perspektif etika bisnis Islam yang dijalankan sudah cukup baik. Tidak ada pihak yang keberatan dan merasa dirugikan dalam

جامعة الرانري
AR-RANIRY

kerjasama tersebut. Hak dan kewajiban telah dipenuhi oleh Hamzah Batik pada *supplier*nya. Tanggung jawab dan kepercayaan yang diberikan oleh *supplier* dijaga dengan baik, sehingga mereka dapat menjalankan kerjasama selama ini.

Setelah itu penelitian yang dilakukan oleh Nurhalinda dan Setiawan (2022) tentang Analisis Risiko Jual Beli *Online* Sistem *Reseller* dalam Perspektif Ekonomi Islam dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil yang didapatkan ialah dalam usaha sebagi *reseller* produk *Ms Glow* memiliki beberapa risiko tersendiri, salah satunya mengenai ketidak pastian pasar, banyaknya saingan, banyaknya beredar barang palsu. Sedangkan manajemen risiko yang diterapkan dari segi proses manajemen risiko salah satunya ialah identifikasi risiko hingga *risk respon planning*. Metode sejarah dari segi indikator manajemen risiko, dan *avoidance* dari segi langkah manajemen risiko.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Amalia Damayanti (2020) dengan judul Analisis Mekanisme *Reseller* dan *Dropshipper* dalam Bisnis *Online* Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Ulfa Hijab *Store* Tulungagung). Penelitian ini dilakukan menggunakan kualitatif deskriptif dengan hasil yang didapat menunjukkan bahwa mekanisme *reseller* dan *dropshipper* di toko *online* Ulfa Hijab *Store* Tulungagung yang dilakukan sama-sama berpatokan pada *pricelist* yang telah diatur oleh *supplier*. Perbedaan mekanisme *dropshipper* dan *reseller* di toko *online* Ulfa Hijab *Store* Tulungagung adalah *dropshipper* tidak perlu menyetok

جامعة الرانري
AR-RANIRY

barang dan pemabayaran via transfer, tanpa menyediakan stok barang dirumah dan pengiriman dilakukan oleh pihak toko. Sedangkan *reseller* perlu membeli dulu stok produk dan pengiriman dilakukan oleh pihak *reseller* sendiri. proses pemesanan di toko *online* Ulfa Hijab *Store* Tulungagung menggunakan akad salam dalam hal pembayarannya, dimana pembayaran dilakukan di awal seluruhnya saat terjadinya akad pada kedua pihak.

Berikutnya penelitian tentang Analisis Penerapan Sistem *Reseller Premium* pada *Online Shop* Ditinjau dari Manajemen Syariah (Studi Kasus Usaha *Online Shop* "Rici *Store*" Tanjunganom Nganjuk). Penelitian ini dilakukan oleh Diana Rahmadanti Pradani (2020) menggunakan metode kualitatif. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa sistem *reseller online shop* Rici *Store* telah sesuai dengan syarat sahnya akad *reseller*. Sistem *reseller* Rici *Store* menggunakan model sistem *reseller* bagi hasil dengan biaya pendaftaran untuk bisa bergabung. Sistem *reseller* Rici *Store* telah sesuai dengan manajemen syariah. Pemilik banyak memberi fasilitas untuk memudahkan para *reseller* seperti foto *display* yang *realpict*, pemberian *reward*, pemberian bonus liburan. Namun, ada satu penerapan pada Rici *Store* yang tidak sesuai dengan manajemen syariah yaitu pembawaan barang yang dilakukan oleh *reseller premium*. Ada beberapa *reseller* yang melebihi batas maksimal pembawaan barang. Hal ini tidak sesuai

جامعة الرانري
AR-RANIRY

dengan prinsip jujur dan amanah (tanggung jawab) dalam manajemen syariah yang dilakukan oleh beberapa *reseller premium*.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Nur Afifah (2022) dengan judul "Identifikasi Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli *Online* dengan Sistem *Reseller*". Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa, dari 10 informan jual beli *online* dengan sistem *reseller* sedikitnya masih ada yang belum menerapkan etika bisnis Islam . hal ini dilihat dari penjelasan jam operasional toko dan pengiriman barang, tanggung jawab atas produk yang dijual dan kompain dari konsumen, dan jujur dalam berjualan tidak menampilkan gambar yang bukan dari produk sendiri. Para pelaku usaha harus mengerti, memahami dan menerapkan etika bisnis Islam agar terciptanya rasa keadilan dan terlindunginya hak konsumen dalam melakukan transaksi jual beli *online*. Etika bisnis Islam meliputi empat aspek, jujur dan amanah, disiplin, bertanggung jawab dan syukur.

Adapun untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini maka peneliti menyertakan hasil deskripsi penelitian terkait pada Tabel 2.1.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No.	Peneliti	Metode Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Alam, Herianigrum , Lestari, dan Nurrahman (2022)	Kualitatif	Membahas mekanisme sistem *reseller*	Membahas etika bisnis Islam
2.	Putri dan Suryaningsih (2019)	Deskriptif Kualitatif	Membahas *reseller*	Membahas etika bisnis Islam
3.	Muhammad Khoirul Fikri (2019)	Kualitatif	Membahas reseller	Membahas etika bisnis Islam
4.	Nurhalinda dan Setiawan (2022)	Kualitatif deskriptif	Membahas sistem reseller	Membahas analisis risiko
5.	Amalia Damayanti (2020)	Kualitatif deksriptif	Membahas mekanisme reseller	Membahas dropshipper
6.	Diana Rahmadanti Pradani (2020)	Kualitatif	Membahas penerapan sistem reseller	Menggunakan studi kasus
7.	Nur Afifah (2022)	Kualitatif deskriptif	Membahas sistem reseller	Membahas etika bisnis Islam

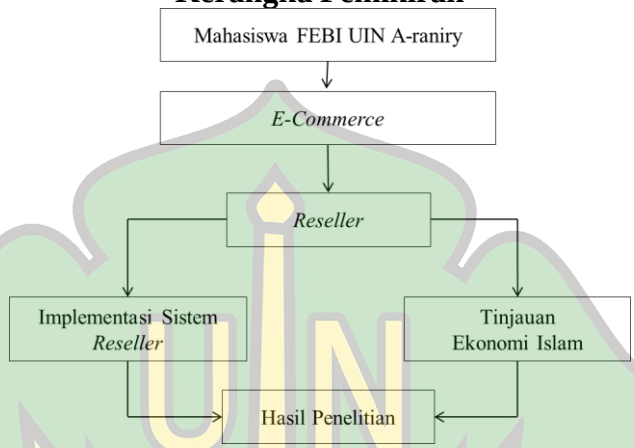
Data diolah 2022

2.7 *Kerangka Pemikiran*

Penelitian ini menyajikan kerangka teoritis untuk digunakan sebagai dasar penalaran konsep maupun teori yang dibahas dalam

skripsi dan menjadi panduan bagi penulis dalam melakukan penelitian hingga selesai.

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran



Data diolah 2022

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan jenis penelitian metode kualitatif. Menurut Creswell, J.W. penelitian kualitatif merupakan "suatu proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran meneyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar (*setting*) yang ilmiah" (Mulyadi, Basuki & Prabowo, 2020).

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yang merupakan penelitian dengan metode wawancara yang berfokus pada perhatian atas pengalaman dan dampaknya (Kholifah & Suyadnya, 2018). Penelitian ini pula akan dilakukan kepada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang melakukan transaksi *online* dengan sistem *reseller.*

Penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan gambaran suatu sifat yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Umar, 2009). Dari uraian tersebut maka penelitian deskriptif kualitatif pada penelitian ini ialah untuk menggambarkan fakta apa adanya dengan cara yang tepat serta berusaha

memaparkan atau menguraikan hasil wawancara dan sumber lainnya yang tentunya berguna untuk penelitian ini.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di sekitar Banda Aceh, yang menjadi objek pada penelitian ini ialah mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang melakukan transaksi *online* dengan menggunakan sistem *reseller*.

3.3 Sumber Data

Sumber data merupakan kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2018). Dalam penelitian kualitatif, sumber data yang dibutuhkan tidak didasarkan pada sampling, tetapi bersifat perposif, yaitu sumber data yang dianggap representatif dan dapat memenuhi tujuan penelitian (Abdullah & Saebani, 2014).

Sumber data yang penulis gunakan ialah sumber data primer dan sumber data sekunder, yaitu sebagai berikut:

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan (Umar, 2004). Pada penelitian ini data yang diperoleh merupakan data asli dari beberapa mahasiswa yang berprofesi sebagai penjual online yang ada di FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang melakukan transaksi *online* dengan sistem *reseller*.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

3.3.2 Data sekunder

Data sekunder ialah data yang bersumber dari sumber bacaan dan berbagai sumber lain yang terdiri dari laporan, catatan, dokumen, dan studi pustaka yang diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya (Sugiyono, 2018). Data sekunder yang dianggap sebegai pendorong pada penelitian ini yang dapat memperkuat data yang didapat seperti buku referensi, dokumentasi, jurnal, internet, dan data ini juga yang digunakan oleh peneliti guna melengkapi data primer.

3.4 Subjek dan Objek Penelitian

3.4.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan siapa atau apa yang dapat memberikan informasi ataupun data guna memenuhi topik penelitian. Subjek yang peneliti gunakan pada penelitian ini ialah mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang terlibat sebagai *reseller* yang berjumlah 6 orang dan akademisi FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang berjumlah 1 orang.

Tabel 3.1

Data Informan

No.	Nama	Ket.
1.	Annisa Humaira	Mahasiswa
2.	Alifa Syilda	Mahasiswa
3.	Sri Mardhiah	Mahasiswa
4.	Khairun Nisa	Mahasiswa

5.	Raudhatul Jannah	Mahasiswa
6.	Salsabilla Alfianti Salja	Mahasiswa
7.	Ustad Darwis	Pakar
8.	Dr. Hafas Furqani, M. Ec	Akademisi

3.4.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah unsur tertentu yang ada atau dapat berupa masalah yang akan diteiliti. Dalam penelitian ini objek penelitiannya ialah sistem *reseller* yang digunakan oleh mahasiswa ketika melakukan transaksi *e-commerce*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dibutuhkan objek atau sasaran penelitian yang pada umunya dalam jumlah yang besar atau banyak. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

3.5.1 Observasi

Metode observasi (pengamatan) merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mendeskripsikan dan mencatat secara sistematis terhadap kejadian yang terjadi dalam suatu penelitian (Marshall dan Rosman, 2014). Observasi ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih dan hasil pada penelitian dapat diperkuat dengan adanya fakta di lapangan. Infprmasi

yang didapatkan harus bersifat objektif, nyata dan mampu dipertanggungjawabkan.

3.5.2 Wawancara

Menurut Husein Umar (2009: 42), metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui proses tanya jawab secara lisan yang berlangsung satu arah, yang artinya pertanyaan diajukan oleh yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarakan dengan tujuan mendapatkan informasi penting yang diinginkan. Adapun wawancara ini akan penulis lakukan kepada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang melakukan transaksi *online* dengan sistem *reseller* dalam perspektif ekonomi Islam.

Dalam pedoman rencana wawancara berikut ini, pertanyaan yang berkaitan dengan teori CARTER akan dikembangkan secara mendalam pada saat wawancara dilakukan terhadap informan, sehingga diharapkan perolehan informan yang lengkap dan akurat.

Berikut daftar pertanyaan wawancara yang peneliti ajukan kepada beberapa informan yang berkaitan dengan teori CARTER dapat dilihat dalam Tabel 3.2.

Tabel 3.2

Daftar Pertanyaan

No.	Variabel	Daftar Pertanyaan	Informan
1.	Implementasi sistem	• Sejak kapan anda menjual barang *online* dengan sistem *reseller*?	Mahasiswa (*reseller*)

	Reseller pada transaksi *e-commerce* di kalangan mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh	• Mengapa anda memilih jualan menggunakan sistem *reseller*? • Apa saja faktor yang mempengaruhi anda menjalankan transaksi jual beli ini? • Bagaimana mekanisme penjualan yang anda lakukan? • Sistem mekanisme seperti apa yang anda lakukan pada penjualan anda ini? • Apakah harga sesuai dengan barang yang dijual? • Bagaimana cara anda mempromosikan produk anda? Dan media apa saja yang anda gunakan? • Berapa kali dalam sebulan anda melalukan promosi? • Apakah ada penjelasan kepada konsumen jika pengiriman membutuhkan beban dan biaya? • Metode apa yang sering digunakan ketika bertransaksi? • Jika terjadinya ketidaksesuaian pesanan apakah produk dapat dikembalikan? • Bagaimana dari pihak *reseller* dalam menanggapi adanya ketidaksesuaian dan keterlambatan pengiriman produk?	

2.	Tinjauan ekonomi Islam terhadap sistem *reseller*	• Apakah anda paham tentang cara jual beli dalam Islam? • Bagaimana pendapat anda tentang jual beli *online* seperti ini menurut syariat Islam? • Apakah produk yang dijual sudah terjamin halal? • Apakah ada konsumen yang mempertanyakan perihal kehalalan produk yang diterima?	Mahasiswa (*reseller*)
		• Apakah anda familiar dengan konsep sistem *reseller*? Jika ya, bagaimana pendapat anda mengenai sistem *reseller* ini? • Menurut anda bagaimana praktik sistem *reseller* dalam transaksi *e-commerce*? Apakah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam? Mengapa? • Bagaimana pendapat anda mengenai sistem *reseller* yang sesuai dengan ekonomi Islam? Jika ada yang tidak sesuai maka apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki itu? • Menurut anda, apakah ada hal yang membedakan sistem *reseller* dalam Islam dengan sistem *reseller* pada umunya? • Bagaimana pandangan anda terhadap prinsip keadilan dalam konteks	1. Pakar 2. Akademisi Dosen FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh

		transaksi *e-commerce* dengan sistem *reseller*? Apakah sistem ini mendukung prinsip keadilan ekonomi Islam? • Apakah ada potensi penyalahgunaan atau pelanggaran terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam yang mungkin terjadi dalam praktik sistem *reseller* pada transaksi *e-commerce*? • Bagaimana menurut anda pengaruh sistem *reseller* dalam mningkatkan kegiatan usaha dan pemberdayaan ekonomi masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam? • Apakah anda memiliki rekomendasi atau saran terkait pengembangan sistem *reseller* pada transaksi *e-commerce* yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam? • Bagaimana anda melihat peran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam mempersiapkan mahasiswa untuk memahami dan mengimplementasikan konsep-konsep ekonomi Islam dalam transaksi *e-commerce*?	

Adapun metode yang peneliti gunakan ialah wawancara bebas terpimpin yang dimana peneliti mengajukan pertanyaan-

pertanyaan sesuai dengan kerangka pertanyataan yang telah disiapkan, sedangkan objek yang diberikan pertanyaan diberikan kebebasan dalam memberikan jawaban.

3.5.3 Dokumentasi

Menurut Abdurrahmat Fathoni (2011), dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Adapun dokumentasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini ialah data jumlah mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Sejarah UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan data-data lainnya yang dibutuhkan.

3.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan metode analisis data secara kualitatif, yang berarti pada penelitian ini data yang diperoleh merupakan data-data yang berupa keterangan-ketarangan dalam bentuk uraian-uraian dan bukan berbentuk angka-angka. Metode analisis data kualitatif ini menggunakan metode berfikir induktif yaitu sebagai cara yang dipakai untuk mendapatkan ilmu pengetahuan ilmiah yang betolak dari pengamatan atas hal-hal atas masalah yang bersifat khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum (Hadi, 2000).

Berdasarkan penjelasan tesebut maka data analisis dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah

selesai dilapangan. Kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berpikir induktif yang diangkat dari informasi tentang implementasi sistem jual beli *online* pada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan kemudian menarik beberapa kesimpulan secara umum yang diangkat dari teori-teori ekonomi Islam.

3.7 Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif ialah proses dimana sejak dimulainya proses pengumpulan data ketika berada di lapangan, lalu dikembangkan dan diolah ketika data sudah terkumpul secara keseluruhan. Pada penelitian kualitatif dilakukan sebelum masuk lapangan, selama di lapangan dan sesudah di lapangan. Pengelolaan dan analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan beberapa tahapan, sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan penggabungan dan penguraian data yang didapatkan dalam bentuk tulisan yang dianalisis dan segala bentuk data yang diterima ataupun yang didapatkan selama penelitian akan diubah dalam bentuk tulisan dengan format.

2. Penyajian Data

Penyajian data ini dilakukan ketika peneliti sudah mengumpulkan keseluruhan data dengan mengambil beberapa data dari keseluruhan jumlah datanya, maka selanjutnya yaitu melakukan penyajian data ke dalam pembahasan yang dijabarkan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

dari hasil penelitian di lapangan. Data yang dihasilkan akan diperinci ke dalam tingkatan validitasnya lalu akan dianalisis berdasarkan pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif.

3. Kesimpulan

Pada tahapan ini dilakukan proses penarikan kesimpulan dari permasalahan yang sudah diteliti dengan berbagai sumber dan teori yang berhubungan dengan penelitisn dan segala bentuk permasalahan dalam penelitian ini akan terjawab pada tahapan ini.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas yang ada pada UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang didirikan pada tahun 2014 dengan jumlah mahasiswa yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Setiap mahasiswa yang lulus dari fakultas ini diupayakan tidak hanya memahami prinsip ilmu ekonomi syariah saja, namun menjadi praktisi dan tenaga professional yang mampu terjun langsung dilapangan. Berikut ini visi, misi dan tujuan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah (Pedoman Pelaksanaan Penulisan Skripsi: 2020):

Visi:

"Unggul dalam pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis berlandaskan nilai-nilai ke Islaman bertaraf Internasional tahun 2030".

Misi:

1. Menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran dalam bidang ekonomi dan bisnis secara professional, integrative berdasarkan nilai-nilai Islam dan berwawasan global.
2. Mengembangangkan tradisi riset intregatif dan diseminasi karya akademik dibidang ekonomi dan bisnis Islam.

3. Mengimplementasikan Ilmu untuk pengabdian dan pembangunan ekonomi masyarakat secara Islami.
4. Membangun Kerjasama strategi dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam dengan berbagai pihak di dalam dan luar negeri.

Tujuan:

1. Terwujudnya kualitas belajar mengajar dalam aspek metode, kurikulum, sarana dan prasarana.
2. Terhasilnya lulusan yang berkualitas, Islami dan berwawasan global.
3. Pengembangan tradisi riset dan budaya ilmiah dikalangan Dosen dan Mahasiswa.
4. Peningkatan kualitas dan kuantitas publikasi dan sitasi karya ilmiah dosen dan mahasiswa.
5. Terlaksananya program pengabdian yang terintegrasi untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera.
6. Terimplementasinya kerjasama strategis di bidang akademik dan non-akademik dengan berbagai pihak dalam luar negeri.

4.2 Hasil dan Pembahasan

Sistem *reseller* pada transaksi *e-commerce* melibatkan peran dari penjual utama (*supplier*) dan *reseller*. *Reseller* merupakan individu atau bisnis yang membeli produk dari penjual utama dan

menjualnya kembali dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungan.

4.2.1 Implementasi Sistem *Reseller* pada Transaksi *E-Commerce* dalam Perspektif Ekonomi Islam dikalangan Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Masa sekarang ini merupakan masa dimana teknologi semakin menguat dan berpotensi besar untuk keberlangsungan hidup masyarakat. Salah satu faktor utamanya ialah dengan terbentuknya transaksi yang dilakukan secara *online* yang dimana kedua pelaku usaha tidak bertemu disatu tempat transaksi. Bisnis yang kian maju dilakangan msyarakat ini salah satunya ialah *reseller* atau *reselling*, istilah tersebut merupakan suatu sebutan bagi pelaku usaha.

Untuk mengetahui bagaimana implementasi sistem *reseller* pada transaksi *e-commerce* dikalangan mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh, dimulai dari latar belakang mereka memilih sistem *reseller* dan mekanisme transaksi apa yang dilakukan. Maka peneliti mewawancarai 6 orang mahasiswa yang terlibat sebagai *reseller*. Berikut hasil wawancara yang telah dilakukan:

1. Informan Pertama

   Pada tanggal 20 Mei 2023 peneliti telah melakukan wawancara kepada Annisa, ia menjelaskan bahwa "*Saya memulai jualan dengan sistem reseller pada awal-awal-*

awal bulan februari. Saya menjual makanan seperti basreng (bakso goreng) dan bakso aci. Alasan saya memilih jualan dengan sistem reseller ini dikarenakan saya suka terhadap dunia bisnis dan ingin mandiri juga. Apalagi dimasa sekarang perkembangan teknologi dan internet untuk bisnis online menjadi semakin mudah untuk diakses, dan juga potensi pasar yang luas, media sosial juga sudah semakin canggih, jadi semakin mudah kalau ingin jualan".

2. Informan Kedua

Pada tanggal 20 Mei 2023 peneliti telah melakukan wawancara kepada Alifa, ia menerangkan bahwa "*Awal mula berjualan itu pada awal bulan februari, saya menjual makanan-makanan ringan. Awal mula saya berjualan itu karena ajakan teman saya untuk mencari penghasilan tambahan. Faktor saya memilih jualan dengan sistem ini karena untuk mendapat penghasilan sendiri walaupun tidak banyak dan juga untuk mengisi waktu luang*".

3. Informan Ketiga

Pada tanggal 15 Mei 2023 peneliti telah melakukan wawancara kepada Khairun, ia menjelaskan bahwa "*Saya memulai jualan dengan sistem reseller pada tahun 2020 dimana saya menjual pakaian secara online. Alasan saya memilih menjadi reseller karena saya suka berbisnis, saya tertarik untuk belajar tentang bisnis, awalnya saya coba-coba karena teman saya juga seorang reseller, setelah saya*

coba saya tahu kalau jualan dengan sistem ini tidak membuat saya terikat, saya bisa jualan kapanpun selama saya ada waktu luang".

4. Informan Keempat

   Pada tanggal 26 Januari 2023 peneliti telah melakukan wawancara kepada Raudhatul, ia menjelaskan bahwa "*Saya mulai jualan dari masa SMA, akhir tahun 2019, dan saya menjual pakaian. Awal mula saya mulai jualan karena saya suka tentang usaha atau bisnis-bisnis seperti ini, karena peluangnya besar juga, sekarang kan semua sudah serba online, semua orang juga pasti pernah berbelanja online*".

5. Informan Kelima

   Pada tanggal 6 Februari 2023 peneliti telah melakukan wawancara kepada Sri, ia mengatakan bahwa "*Sudah lama saya mulai jualan, sejak tahun 2020. Saya menjual pakaian wanita. Alasan saya memilih menggunaka sistem reseller karena sistem reseller ini tidak butuh modal yang besar, tetapi saya mendapatkan keuntungan dari jualan itu. Jika ditanya faktor yang pertama karena peluangnya yang besar dan hampir tidak ada kerugiannya, transaksinya mudah, dan bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja*".

جامعة الرانري
AR-RANIRY

6. Informan Keenam

Pada tanggal 15 Juni 2023 peneliti telah melakukan wawancara kepada Salsabilla, ia menjelaskan bahwa "*Mulai jualan itu kelas 1 SMA, saya menjual skincare. Alasannya karena ingin mencari uang jajan tambahan. Karena juga media internet sekarang sudah luas, terus juga transaksi e-commerce dimasa sekarang itu juga lagi naik-naiknya, ini menjadi peluang untuk pejuang cuan apalagi mahasiswa yang ingin punya usaha tanpa rumit tapi ingin mendapat penghasilan yang lumayan*".

Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa atas wawancara bersama dengan 6 orang Informan tersebut, bahwa mereka telah menjadi *reseller* dalam jangka waktu yang beragam dengan alasan bergabung yang juga beragam, hal ini dapat dipastikan bahwa dengan menjadi *reseller* mereka jadi mendapat keuntungan tanpa harus mengeluarkan banyak biaya dan bisa berjualan secara *online* untuk mengisi waktu luang maupun untuk mencari uang tambahan.

Pada sistem *reseller* terdapat mekanisme yang merupakan alur atau skema jalannya sebuah usaha seperti yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa yang menjadi informan pada penelitian ini. Dari hasil wawancara tersebut hasil yang didapatkan ialah:

1. Informan Pertama

   Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Annisa, ia menjelaskan bahwa "*Awalnya saya membeli beberapa sampel barang kepada supplier, setelah itu saya posting dulu produknya di media sosial seperti IG dan WA, kalau ada yang beli saya kabarin ke suppliernya, terus supplier siapin produknya, saya ambil produk ke supplier dan langsung antar ke tempat pembeli. Saya kasih produknya ke pembeli terus pembeli kasih uang*".

2. Informan Kedua

   Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Alifa, ia menjelaskan bahwa "*Saya posting melalui instagram dan whatsapp, biasanya saya sudah beli barangnya duluan ke suppliernya setelah itu baru saya jual, ketika ada yang beli saya langsung antar ke pembelinya terus pembeli bayar begitu saya kasih barangnya*".

3. Informan Ketiga

   Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Khairun, ia menjelaskan bahwa "*Saya cuma posting foto atau video yang diberikan oleh supplier, kalau ada yang beli saya ambil barangnya di supplier, setelah itu saya melakukan transaksi dengan pembeli, saya antar barangnya atau juga terkadang ada pembeli yang datang ambil kerumah saya. Nanti keuntungan dari hasil jualannya itu saya bayar ke*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

supplier dengan harga yang sudah ditetapkan oleh supplier perbarang yang saya ambil".

4. Informan Keempat

   Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Raudhatul, ia menjelaskan bahwa "*Awalnya saya beli barang ke supplier, terus saya posting foto-foto barangnya, nanti kalau ada pembeli yang tertarik, saya kasih tau metode pembayarannya, setelah itu saya siapin produk yang dipesan dan saya kirim ke pembeli*".

5. Informan Kelima

   Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Sri, ia menjelaskan bahwa "*Saya posting foto atau video dari supplier, jika ada pembeli saya hubungi supllier untuk beritahukan pesanana, jadi nanti yang proses pengiriman dari pihak supplier atas nama saya (reseller) kepada konsumen/pembeli. Kalau untuk teman-teman kampus biasanya mereka pesan dulu ke saya, mereka kasih uang baru saya pesan ke supplier, setelah itu baru saya antar ke teman-teman saya di kampus*".

6. Informan Keenam

   Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Shalsabilla, ia menjelaskan bahwa "*Saya posting di media sosial, jadi nanti jika ada pembeli, mereka memesan terlebih dahulu, jika barangnya sudah ada di saya baru saya kasih ke pembeli dan pembeli kasih uang tunai, karena*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

masih teman sendiri (pembeli) jadi tidak ada proses packing".

Dari uraian diatas dapat disimpulan bahwa, skema atau mekanisme yang dilakukan oleh mahasiswa dalam menjalankan sistem *reseller* berbeda-beda. Mekanisme sistem *reseller* yang dilakukan oleh informan pertama, kedua dan keempat sudah melakukan sistem *reseller* dengan baik yang dimana mereka memiliki barang atau produknya terlebih dahulu sebelum dijual kembali kepada konsumen atau pembeli. Sedangkan informan ketiga, kelima dan keenam tidak memiliki produknya terlebih dahulu sebelum menjualnya kepada konsumen.

Mengenai komponen-komponen penting pada sistem *reseller* ini, peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa informan, hasil yang didapat sebagai berikut:

a. Produk

Pada komponen produk, peneliti ingin mengetahui mengenai produk yang dijual serta hal apa yang menjadi alasan *reseller* menjual produk tersebut. Dengan mempertimbangkan hal demikian, maka peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa informan sebagai berikut:

1. Informan Pertama

Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Annisa, ia mengatakan bahwa "*Karena saya jualnya makanan jadi kalau untuk produk sendiri saya lihat dari*

kehalalannya, bahan-bahan yang digunakan, dan pengemasannya juga harus diperhatikan"

2. Informan Kedua

   Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Alifa, ia mengatakan bahwa "*Makanan yang di jual itu haruslah terjamin halal, higienis, packingannya bersih dan rapi, terus juga kemasannya harus dibuat semenarik mungkin, karena itu jadi salah faktor orang berminat untuk membeli produk yang dijual*"

3. Informan Ketiga

   Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Khairun, ia mengatakan bahwa "*Yang pasti produknya itu harus menarik untuk dijual. Apalagi pakaian, kan kebutuhan yang penting. Jadi harus diperhatikan bahannya itu*".

4. Informan Keempat

   Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Raudhatul, ia mengatakan bahwa "*Kalau pakaian lebih ke kualitas dan bahannya aja, bagus atau tidak, bahan yang dicari oleh pembeli itu yang pasti nyaman dan adem*".

5. Informan Kelima

   Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Sri, ia mengatakan bahwa "*Produk skincare itu yang paling utama yang harus diperhatikan kehalalannya, pembeli saya juga sering menanyakan mengenai kehalalan*

produk skincare yang saya jual. Jadi minimal harus ada label halalnya dan sudah BPOM baru pembeli percaya dan mau beli produknya".

6. Informan Keenam

Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Salshabilla, ia mengatakan bahwa "*Untuk produknya sendiri harus halal dan sudah BPOM minimalnya. Kemasannya harus ada label halal, dan menarik juga, kalo skincare kebanyakan saya jualnya masker-masker dari merek-merek yang sudah banyak dikenal oleh orang-orang*"

Dari uraian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa setiap produk yang dijual informan memiliki pandangan yang berbeda-beda namun sejalan dengan produk apa yang mereka jual. Jika produknya berupa makanan dan *skincare* maka faktor utama yang harus diperhatikan ialah halalnya, pengemasan, dan kemasan yang menarik minat pembeli. Sedangkan untuk pakaian sendiri dilihat dari bahan yang digunakan untuk membuat pakaian sehingga membuat pemakainya menjadi nyaman.

b. Promosi

Pada komponen promosi, peneliti menanyakan beberapa pertanyaan mengenai prmosi yang dilakukan, *platform* atau media apa saja yang dilakukan untuk melakukan promosi serta frekuensi *reseller* dalam

melakukan promosi terhadap produknya. Dengan maksud demikian maka peneliti telah melakukan wawancara kepada beberapa informan dengan hasil sebagai berikut:

1. Informan Pertama

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Annisa, ia mengatakan bahwa "*Saya melakukan promosi di sosial media seperti instragram dan whatsapp. Tapi kalau sudah dikampus terkadang saya prmosikan ke teman-teman saya secara langsung dari mulut ke mulut. Promosi yang dilakukan tidak menentu, kadang bisa seminggu sekali atau sebulan 2 kali*".

2. Informan Kedua

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Alifa, ia mengatakan bahwa "*Saya posting foto atau video makanannya di media sosial saya, di instagram dan whatsapp. Biasanya promosinya itu dilakukan sebulan 4 kali*".

3. Informan Ketiga

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Khairun, ia mengatakan bahwa "*Saya posting foto pakaiannya di whatsapp atau di instagram, di foto yang saya post itu juga saya jelaskan mengenai bahan dan harga pakaian yang saya jual. Kalau postingnya ada setiap hari. ada juga beberapa kondisi dimana barang yang di foto dengan barang yang asli sedikit berbeda. Misalnya*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

karena kualitas kamera yang tidak terlalu bagus sehingga menghasilkan foto yang tidak sama persis seperti produk aslinya.".

4. Informan Keempat

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Raudhatul, ia menjelaskan bahwa "*Kalau untuk teman-teman kuliah saya kasih tahu dari mulut ke mulut, tapi saya juga ada posting di media sosial instagram dan whatsapp. Untuk promosinya sendiri tergantung, diawal-awal jualan hampir setiap hari ada posting, belakangan ini sudah jarang misal sebulan ada sekali atau dua kali*".

5. Informan Kelima

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Sri, ia mengatakan bahwa "*Saya seringnya promosi melalui whatsapp, biasanya seminggu sekali atau dua kali*".

6. Informan Keenam

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Salsabilla, ia mengatakan bahwa "*Awal-awal dari mulut ke mulut, setelah itu berlanjut ke media sosial seperti instagram dan whatsapp hingga akhirnya saya menggunakan platform shopee. Untuk frekuensi jualannya tidak menentu, bisa jadi 3 kali dalam sebulan atau lebih*".

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan setiap informan berbeda-beda. Ada yang

melakukan promosi dari mulut ke mulut, ada yang melalui media sosial dan *platform online*, juga frekuensi yang dilakukan setiap informan juga berbeda-beda. Selain itu juga kejujuran dan transparansi sangatlah penting. *Reseller* wajib menuliskan deskripsi barang yang dijual dengan sejelas-jelasnya dan berusaha semaksimal mungkin untuk menghilangkan perbedaan antara barang yang dijual dengan barang yang ada di foto atau video.

c. Harga

Pada komponen harga peneliti ingin mengetahui perihal kesesuaian harga terhadap produk yang dijual serta penjelasan mengenai harga atau beban biaya pengiriman terhadap produk yang akan dijual. Dengan maksud demikian maka peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa informan sebagai berikut:

1. Informan Pertama

Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Annisa, ia mengatakan bahwa "*Menurut saya sesuai harga yang dijual dengan barangnya, karena bahan-bahan yang digunakan sudah pasti sesuai dengan harga yang dijual. Apalagi harga barang yang dijual itu dari supplier sendiri. Mengenai biaya pengiriman tidak ada, karena kebanyakan pembelinya itu banyak yang masih di lingkungan teman, jadi tidak ada ongkos kirimnya,*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

karena barangnya saya antar langsung ke kampus ketika jumpa".

2. Informan Kedua

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Alifa, ia mengatakan bahwa "*Harganya itu sudah sesuai dengan barang, karena juga belum ada yang komplain mengenai harga. Mengenai biaya pengiriman tentu saya jelaskan, tapi karena kebanyakan teman sendiri jadi tidak ongkos kirim, barangnya dikasih ketika dikampus*".

3. Informan Ketiga

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Khairun, ia menjelaskan bahwa "*Sudah sesuai harganya, karena selalui memastikan terlebih dahulu tentang kulitas produk yang akan saya jual. Kalau untuk biaya pengiriman ya kalau ada pembeli dari luar daerah saya akan saya kasih tahu sedari awal*".

4. Informan Keempat

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Raudhatul, ia menjelaskan bahwa "*Barang yang dijual itu sudah sesuai dengan harganya, karena ada harga ada kualitas. Saya jelaskan juga mengenai biaya pengirimannya kalau ada pembeli yang dari luar daerah*".

5. Informan Kelima

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Sri, ia mengatakan bahwa "*Sesuai, karena pakaian yang dijual kualitasnya sesuai dengan harga. Kalau biaya pengirimannya misal alamat pembelinya itu memerlukan ongkos kirim maka sudah saya beritahukan sedari awal transaksi*".

6. Informan Keenam

Dari wawancara yang telah dilakukan dengan salsabilla, ia menjelaskan bahwa "*Sesuai, karena harga yang dijual juga masih sama dengan harga dipasaran. Mengenai biaya pengiriman tentu ada saya jelaskan, karena jika pembelinya tidak setuju ada beban biaya pengiriman maka transaksinya tidak dilanjutkan, tapi sejauh ini tidak ada yang seperti itu*".

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, seluruh informan yang diwawancarai mengatakan harga suatu produk yang dijual sudah sesuai dengan produk itu sendiri. Yang dimana informan mengatakan bahwa setiap produk yang dijual sudah diperhatikan kandungan dan bahan suatu produk yang dijual sehingga layak untuk dijual dengan harga yang telah ditetapkan. Mengenai pembebanan biaya pengiriman juga informan mengakui sudah dan akan menjelaskan kepada konsumen yang membutuhkan biaya pengiriman.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

d. Metode Pembayaran

Pada komponen metode pembayaran ini dilakukan wawancara untuk mengetahui metode pembayaran yang dilakukan dalam bertransaksi, maka peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa informan dengan hasil sebagai berikut:

1. Informan Pertama

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Annisa, ia mengatakan bahwa "*Metode transaksi yang dilakukan itu COD, karena teman sendiri jadi sudah percaya*".

2. Informan Kedua

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Alifa, ia menjelaskan bahwa "*COD, karena kebanyakan teman sendiri*".

3. Informan Ketiga

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Khairun, ia mengatakan bahwa "*Kalau pembelinya dekat-dekat daerah saya kebanyakan COD, tapi kalau yang diluar daerah pembayarannya dilakukan via transfer terlebih dahulu*".

جامعة الرانري
AR-RANIRY

4. Informan Keempat

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Raudhatul, ia menjelaskan bahwa "*Seringnya COD, tapi ada juga yang transfer*".

5. Informan Kelima

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Sri, ia mengatakan bahwa "*Kadang-kadang transfer, tapi kalau teman-teman kuliah biasanya COD*".

6. Informan Keenam

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Salsabilla, ia menjelaskan bahwa "*Bayar ditempat atau COD*"

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa semua informan mengatakan metode pembayaran yang dilakukan ialah menggunakan metode COD (*cash on delievery*) atau biasa disebut juga sebagai bayar ditempat. Ditanyakan demikian supaya tidak adanya kesalahan memberikan informasi kepada konsumen. Tidak masalah juga jika harus melakukan transaksi dengan metode apapun selama itu sesuai dengan kesepakatan bersama sehingga tidak merugikan pihak manapun.

e. Hak untuk membatalkan atau melanjutkan

Pada komponen ini, peneliti ingin melihat bagaimana sikap *reseller* dalam menanggapi pembeli yang komplain

جامعة الرانري
AR-RANIRY

produk karena ketidaksesuaian produk yang diterima. Dengan maksud demikian maka peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan sebagai berikut:

1. Informan Pertama

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Annisa, ia mengatakan bahwa "*Selama saya jualan belum ada yang seperti itu".*

2. Informan Kedua

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Alifa, ia menjelaskan bahwa "*Bisa saja produknya dikembalikan jika tidak sesuai, tapi selama saya jualan belum ada kejadian seperti itu. Kalau memang nanti ada yang pasti saya ganti pesanannya jika tidak sesuai*".

3. Informan Ketiga

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Khairun, ia menjelaskan bahwa "*Kalau ada yang komplain dan minta ganti barangnya maka saya ganti, kalau itu memang kesalahannya dari saya. Tapi kalau pembelinya komplain karena alasan pribadi saya pertimbangkan terlebih dulu. Kalau mengenai keterlambatan sampai produknya saya sudah beri tahu sedari awal kepada pembeli megenai estimasi kesampaian produknya, kalau pembelinya tidak terima terpaksa saya jual produknya ke orang lain lagi, kan*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

saya yang rugi kalau semisal barangnya sudah dipesan tapi tidak diterima".

4. Informan Keempat

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Raudhatul, ia menjelaskan bahwa "*Kalau tidak sesuai belum ada yang proter/komplaim, karena ketika saya posting foto produknya saya sudah jelaskan secara detail mengenai produk yang akan saya jual*".

5. Informan Kelima

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Sri, ia menjelaskan bahwa "*Kalau ada yang tidak sesuai bisa dikembalikan, jika pembeli ada bukti seperti foto atau video yang menyatakan bahwa barang yang diberikan tidak sesuai dengan yang dipesan akan diganti. Jika komplain mengenai keterlambatan pengiriman itu sudah menjadi tanggung jawab pihak ekspedisinya bukan lagi tanggung jawab kami, karena kami sudah beritahukan di awal untuk proses pengirimannya berapa lama dan menggunakan jasa apa saja*".

6. Informan Keenam

   Dari wawancara yang telah dilakukan kepada Salsabilla, ia menjelaskan bahwa "*Kalau barangnya dikembalikan misal tidak sesuai bisa saja. Karena teman sendiri, jadi tidak enak kalau misal barangnya tidak diterima karena dikembalikannya tidak sesuai, jadi terpaksa*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

harus cari pembeli lain yang mau membeli produk yang ditolak itu".

Dari uraian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa beberapa informan mengalami kejadian dimana ada pembeli yang tidak terima dengan produk yang telah dipesan dengan alasan produk yang dipesan berbeda dengan produk yang diberikan. Hal ini tentu menjadi kendala bagi *reseller* karena harus memberikan produk lain yang diinginkan oleh pembeli, apalagi ketika pembeli memebayar dengan metode COD.

4.2.2 Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Sistem *Reseller* pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dari hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa, mereka mengatakan telah memahami sistem *reseller* dan menerapkan sesuai dengan ketentuan Islam. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kesesuaian hal tersebut, maka peneliti telah melakukan wawancara dengan salah seorang pakar dan akademisi untuk memperkuat penjelasan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan sejumlah mahasiswa yang terlibat sebagai *reseller*.

Pada tanggal 7 Juli 2023 peneliti telah melakukan wawancara kepada Ustad Darwis selaku pakar yang memahami tinjauan ekonomi Islam pada sistem *reseller*, yang menjelaskan perihal sistem *reseller*, beliau mengatakan bahwa:

"Reseller itu kan pengecer atau penjual ulang. Dia membeli barang untuk dijual kembali bukan dikonsumsi sendiri. Keuntungan dia itu juga dari selisih harga jualnya itu. Poin utama jual beli suatu barang itu boleh dikarenakan barangnya sudah dimiliki terlebih dahulu. Untuk hukumnya sendiri para ulama sepakat membolehkan karena barang tersebut sudah menjadi milik reseller itu sebelum dia jual. Jual beli reseller ini masuk ke dalam kategori bai'u maushufin fi al-dzimmah yaitu jual beli yang sudah menjadi milik dari pedagang. Akan yang berlaku didalamnya adalah akad salam, dengan ciri-ciri barang sudah berada dalam kuasa pedagang dan diketahui ra'sul maalnya atau modal pokoknya".

Pada tanggal 22 Juni 2023 peneliti telah melakukan wawancara kepada Narasumer, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yaitu Bapak Dr. Hafas Furqani, M. Ec, yang menjelaskan bahwa:

"*Kata reseller itu artinya membeli barang lalu menjual kembali. Yang berarti barangnya harus ada di diri kita dulu baru kita jual. Didalam Islam itu kan sesuatu yang kita jual itu harus ada didalam kepemilikan kita, sedangkan untuk memiliki kita harus membeli terlebih dahulu, ketika sudah dibeli barang tersebut sudah menjadi milik kita kemudian kita jual, kalau tidak memiliki berarti itu agen, kalau menjadi agen berarti kita menjadi perantara dari pihak lain untuk menjual barang milik orang lain, jadi kalau sebagai agen kita mendapatkan fee, tapi*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

kalau reseller kita mendapatkan keuntungan karena kita menjual dengan tingkat yang lebih tinggi".

Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa suatu barang yang dijual haruslah dimiliki terlebih dahulu. Selayaknya *reseller* yang berarti menjual kembali barang atau produk yang telah dibeli dari *supplier* untuk dijual kembali kepada konsumen. Dengan penjelasan demikian maka sistem *reseller* yang dilakukan oleh sebagian mahasiswa yang terlibat sebagai *reseller* sudah sesuai dengan sistem *reseller* itu sendiri. Mahasiswa atau *reseller* imforman pertama, kedua dan keempat sudah melakukan sistem *reseller* itu sendiri dengan baik dimana mereka memiliki barang atau produknya terlebih dahulu sebelum dijual kembali kepada konsumen atau pembeli. Sedangkan informan ketiga, kelima dan keenam tidak memiliki produknya terlebih dahulu sebelum menjualnya kepada konsumen. Dalam Islam juga, mengambil keuntungan dengan sistem *reseller* pada dasarnya diperbolehkan, asalkan dilakukan dengan prinsip-prinsip dan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh agama. Islam memperbolehkan individu untuk menjual produk atau jasa dengan mengambil keuntungan sebagai *reseller* tanpa menyalahi hukum yang berlakukan.

Kemudian mengenai kesesuaian sistem *reseller* pada ekonomi Islam, ustad Darwis menjelaskan bahwa:

"*Selama dia tidak melanggar aturan dasar dalam fikih jual beli dan tidak bertentangan dengan tujuan syariat islam*

atau maqashid syariah maka ia sudah sesuai. Dasar jual beli menurut fikih itu meliputi akadnya, orang yang berakad, dan objek yang menjadi akad jual beli itu sendiri"

"*Menurut fikih Islam, bisnis terkhususnya reseller ini diperbolehkan dengan memenuhi beberapa ketentuan. Pertama, kriteria objek jual (produk) yang tidak tunai dan al-maushufah fi dzimmah itu harus halal dan jelas kriterianya agar tidak termasuk produk gharar (tidak jelas) yang dilarang dalam Islam, sesuai dengan hadis Rasulullah SAW yang artinya: "Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung gharar". Kedua, memenuhi unsur ijab qabul atau shigat yang menunjukkan keinginan jual beli dan ridha kedua belah pihak. Menurut mazhab syafi'iyah, bisnis reseller ini bisa melahirkan perpindahan kepemilikan dengan sekedar akad atau transaksi yang disepakati. Ketiga, skema akad yang berlaku dalam transaksi reseller itu terdiri dari atas dua akad, yaitu akad antara reseller dan supplier adalah akad jual beli tunai atau cash, kemudian akad antara reseller dengan pembeli adalah jual beli tidak tunai, dimana harga yang dibayarkan tunai dan barang dikirim kemudian. Kemudian juga penjual itu harus menjelaskan secara jujur tentang objek jual berserta harganya. Harus terbuka kepada konsumen. Selanjutnya juga diberikan hak khiyar atau opsi untuk membatalkan atau melanjutkan. Jika barang yang dipesan atau yang diterima itu tidak sesuai dengan*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

pesanan atau kriterianya, maka pembeli bisa membatalkan jual beli dengan ganti rugi atau melanjutkan jual beli".

Kemudian Dr. Hafas Furqani, M. Ec menjelaskan bahwa:

"*Jika barang yang akan dijual sudah dimiliki berarti sudah sesuai, namun tetap harus diperhatikan prinsip-prinsip Islamnya. Yang pertama terpenuhinya rukun dan syarat itu sudah jelas, yang kedua itu terpenuhi juga syarat-syarat tambahan seperti kepemilikan barang, menanggung risiko kepemilikan itu misalnya seperti barangnya rusak, sebagai penjual kan harus menanggung risiko-risiko itu, kemudian yang lain seperti syarat-syarat etika seperti misalnya tidak boleh menipu, tidak boleh mengelabui, transparan. Sebab sesuainya ia dengan itu tidak dilihat dari aspek hukum saja aspek dimensi etikanya juga harus sesuai dengan syariah*".

Dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa *reseller* dapat dikatan sesuai jika sudah memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan dalam Islam. Terpenuhinya hukum, rukun dan syarat menjadi pendukung utama terpenuhinya transaksi yang diperbolehkan didalam Islam. Harus adanya sikap saling ridha antara penjual dan pembeli, hal ini juga telah dijelaskan dalam al-Qur'an mengenai transaksi yang dilakukan secara tanpa adanya paksaan dari pihak manapun, manipulasi ataupun penipuan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

جامعة الرانري
AR-RANIRY

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا {٢٩}

Artinya : "*Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamau dengan yang bathil (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*" (Q.S. An-Nisa: 29).

Ayat diatas menegaskan bahwa transaksi ekonomi, seorang penjual dan pembeli harus berlaku adil dan jujur. Transaksi harus dilakukan dengan saling ridha, dengan kesepakatan dan kepuasaan bersama antara kedua belah pihak. Tidak ada manipulasi atau penipuan dalam transaksi tersebut.

Ada beberapa prinsip etika yang perlu diperhatikan dalam sistem *reseller* menurut pandangan Islam sebagai berikut (Rohman, 2022):

a. Kejujuran dalam memberikan informasi, seorang *reseller* harus memberikan informasi yang jujur tentang produk yang dijual. Mereka tidak boleh menyesatkan atau menyembunyikan informasi penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli. Seperti halnya firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 188 sebagai berikut:

وَلَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوْا بِهَآ اِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوْا فَرِيْقًا مِّنْ اَمْوَالِ النَّاسِ بِالْاِثْمِ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ {١٨٨}

Artinya: "*Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui*" (Q.S. Al-Baqarah: 188).

Ayat ini menekankan pentingnya berjualan secara jujur dan tidak menipu dalam bertransaksi. Allah melarang kita untuk mengambil harta orang lain dengan cara yang tidak benar atau melalui penipuan. Kita haruslah berdagang dengan kejujuran dan menghargai hak-hak orang lain. Selain itu, ayat ini juga menegaskan pentingnya menentukan harga yang adil dan wajar. Seorang pedagang seharusnya tidak memanfaatkan keadaan atau situasi tertentu untuk membebankan harga yang tidak masuk akal kepada pelanggannya. Islam mendorong para pedagang untuk mengutamakan kemashlahatan bersama daripada mencari keuntungan semata. Dalam Islam, harga barang dan jasa seharusnya mencerminkan nilai yang adil dan seimbang serta tidak mengeksploitasi harta orang lain.

b. Tidak meragukan pihak lain, dalam Islam mengambil keuntungan yang wajar dan adil adalah diperbolehkan, tetapi mendapatkan keuntungan dengan cara mengeksploitasi atau merugikan pihak lain tidak diperbolehkan. *Reseller* harus memastikan bahwa harga

جامعة الرانري
AR-RANIRY

yang mereka tetapkan tidaklah merugikan pihak produsen, pembeli, atau konsumen.

c. Kualitas produk, seorang *reseller* harus menjual produk yang berkualitas baik. Mereka bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang dijual tidak cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan, hal tersebut berdampak pula kepada harga yang ditawarkan.

d. Tidak memanipulasi harga, *reseller* sebaiknya tidak terlibat dalam manipulasi harga untuk mendapatkan keuntungan yang berlebihan. Menaikkan harga secara tidak adil atau mengeksploitasi disaar situasi pasar kekurangan pasokan dapat dianggap tidak etis dalam Islam. Seperti yang telah dijelaskan oleh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh Bapak Dr. Hafas Furqani, M. Ec, menjelaskan mengenai keadilan dalam menetapkan harga yang sesuai, "*Penjual yang baik itu dia harus memperhatikan harga pasar ketika menjual, kemudian tidak boleh menipu sehingga pembeli merasa ridha dengan harga tersebut, tidak boleh menyembunyikan cacat atau aib sebuah barang, transparan juga*".

e. Adil dalam persaingan, *reseller* harus menjaga persaingan yang sehat dengan menjuak produk dengan harga dengan kualitas yang wajar. Mereka tidak boleh menggunakan praktik-praktik yang tidak adil seperti menekan pesaing atau melakukan monopoli.

Seperti halnya firmal Allah SWT dalam al-qur'an surah Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًاۖ وَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ{١٦٨}

Artinya: "*Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu*" (Q.S. Al-Baqarah: 168).

Ayat diatas menegaskan kepada para produsen dan pelaku usaha dihimbau untuk memproduksi produk yang halal, sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Mereka harus menjaga kualitas dan kehalalan bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi. Selain itu, mereka juga harus menghindari praktik-praktik yang bertentangan dengan prinsip-prinsip agama, sehingga produk yang dihasilkan dapat dinikmati oleh umat Muslim dengan keyakinan bahwa produk tersebut halal dan baik. Ayat ini juga mengingatkan kita untuk tidak mengikuti langkah-langkah setan atau godaan yang mengarahkan pada perbuatan yang tidak baik. Dalam konteks produk, hal ini dapat diartikan sebagai menghindari praktik-praktik bisnis yang merugikan konsumen. Para produsen harus jujur dan bertanggung jawab dalam menyajikan informasi mengenai produk mereka agar konsumen dapat membuat keputusan

yang tepat dalam memilih dan menggunakan produk tersebut.

Dari uraian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2020) dengan judul Analisis Mekanisme *Reseller* dan *Dropshipper* dalam Bisnis *Online* Perspektif Ekonomi Islam. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa sistem *reseller* yang dilakukan oleh beberapa pihak masih tergolong tidak sesuai dengan ekonomi Islam. Seperti barang yang dipesan tidak seperti difoto, barang yang dipesan cacat, barang yang dipesan tidak ada stok, dan penipuan-penipuan lainnya. Maka untuk menghindari hal tersebut pihak *supplier* dan *reseller* haruslah mempelajari terlebih dahulu perilaku yang tepat bagi seorang pengusaha tanpa harus menipu pembeli sehingga tidak menimbulkan perdebatan hukum Islam.

Kemudian peneliti juga telah melakukan wawancara kepada Ustad Darwis dan Bapak Dr. Hafas Furqani, M. Ec, mengenai peran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam mempersiapkan mahasiswa untuk memahami dan mengimplementasikan konsep Ekonomi Islam dalam transaksi *E-Commerce*, Ustad Darwis menjelaskan bahwa:

"*Peran fakultas itu penting ya dalam menyiapkan mahasiswanya untuk bisa memahami dan menerapkan ilmu yang telah didapat juga. Untuk mahasiswa juga penting untuk terus belajar dan meningkatkan keterampilan mereka dalam berbisnis*

yang sesuai ketentuan syariah. Mereka juga perlu memperdalam pemahaman tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam dan mengembangkan strategi pemsaran yang sesuai dengan nilai-nilai Islam"

Kemudian Bapak Dr. Hafas Furqani, M. Ec menjelaskan bahwa:

"*Mahasiswa itu perannya bisa sebagai pembeli dan bisa sebagai penjual juga. Jika sebagai pembeli mahasiswa harus tahu hukum-hukumnya, dan mahasiswa sebagai penjual juga harus tahu hukum dan bisa mempraktik konsep-konsep Islami itu didalam praktik-praktik resellernya. Dan peran Fakultas sendiri itu bisa saja dalam mempersiapkan mahasiswa dari segi ilmu, dan mahasiswa juga harus aktif untuk mengikuti berbagai program yang membahas hal tersebut, sehingga nanti ketika praktiknya mahasiswa sudah memahami hukum-hukum yang berlaku didalamnya*".

Dari penjelasan diatas peneliti menyimpulkan bahwa peran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sangatlah penting untuk menunjang dan mempersiapkan mahasiswa untuk bisa menjalankan ilmu serta praktiknya kedalam usaha atau bisnis yang mereka jalankan. Peran mahasiswa juga dituntut untuk aktif dalam mempersiapkan diri sehingga ketika praktiknya nanti dilakukan sudah sesuai dengan ketentuan dan hukum yang seharusnya.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan mengenai implementasi sistem *reseller* dalam perspektif ekonomi Islam pada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem reseller yang dilakukan oleh mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh sudah diterapkan dengan baik. Sistem *reseller* dalam transaksi *e-commerce* memiliki potensi yang besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Sistem ini memungkinkan mahasiswa untuk menjadi *reseller* atau penjual produk melalui *platform online*, yang dapat memberikan mereka kesempatan untuk mendapatkan pendapatan tambahan dan pengalaman bisnis.
2. Dari perspektif ekonomi Islam, implementasi sistem *reseller* dalam transaksi *e-commerce* harus memperhatikan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, transaparansi, dan menghindari riba atau praktik yang melanggar prinsip-prinsip Islam. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa sebagai *reseller* untuk memastikan bahwa produk yang mereka jual layak untuk dijual, dan proses transaksi dilakukan dengan jujur dan adil. Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh masih belum memiliki pemahaman yang cukup baik tentang konsep-

konsep ekonomi Islam dan prinsip-prinsip yang terkait dengan implementasi sistem *reseller* kesadaran yang tinggi akan pentingnya menjalankan bisnis secara syariah dan menjaga integritas dalam transaksi mereka.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas penelitian. Adapun saran-saran yang disampaikan sebagai berikut:

1. Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang terlibat dalam transaksi *e-commerce* dengan sistem *reseller*, perlu untuk meningkatkan pemahaman tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam dan menerapkannya dalam praktik bisnis mereka. Diharapkan juga untuk mengikuti pelatihan dan *workshop* tentang transaksi *e-commerce* secara ekonomi Islam untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.
2. Diharapkan untuk penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan menganalisis dampak sistem *reseller* pada aspek lain dalam ekonomi Islam, seperti penghindaran riba dan keberlanjutan ekonomi yang mungkin dapat dilakukan di masa depan untuk melengkapi atau memperluas penelitian.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, B. J. (2017). Revisiting Exchange Concept: A Rationale for Marketing Mix in Islamic Marketing. *Johari/Journal of International Bussiness, Economis and Entrepreneurship*, 2.

Abdullah, H. B & Saebani, B. A. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Agency, Beranda. (2013). *Dropshipping: Cara Mudah Bisnis Online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Akbar, M. (2020). Jual Beli Dropshipping Dalam Tinjauan Hukum Islam. *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 5(2).

Akbar, M. A. & Alam, S. N. (2020). *E-Commerce: Dasar Teori dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.

Andi. (2010). *Rahasia Sukses Menjual Produk Lewat WordPress E-Commerce*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Arifin, M. J. (2020). Keabsahan Akad Transaksi Jual Beli Sistem Dropshipping dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Lisyabab: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 1(2).

Asnawi, N & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah : Teori, Filosofi dan Isu-isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (Dirilis bulan Juni 2022). https://apjii.or.id/ Diakses pada tanggal 27 Juli 2022.

Barrioh, M. (2016). Transaksi Jual Beli Dropshipping dalam Perspektif Fiqh Muamalah. *Jurnal Ahkam*, 04(2).

Cahyadi, I. F. (2018). Sistem Pemasaran Dropship dalam Perspektif Islam. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 1(1).

Damayanti, A. (2020). Analisis Mekanisme Reseller dan Dropshipping dalam Bisnis Online Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 07(02): 74-97.

Deufel, P., & Kemper, j. (2018). Online Payment Method Selection: The Habitual Choice Of Deferring Payment. *Internaional Conference On Information Systems 2018*.

Dewi, G, Wirdiyaningsih, & Barlinti, Y. S. (2007). *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana.

DotCummunity. (2013). *Sukses Berbisnis Online Dropshipping*. Jakarta: PT Elex Komputindo.

Fathoni, A. (2006). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Fitriani, P. L. R., Dimyati, M. & Suroso, I. (2018). Dinamika *Reseller* pada Olshop Jam Tangan Juragan 7AM. *RELASI: JURNAL EKONOMI*, 14(1), 32-49.

Hadi, R. (2019). Analisis Praktek Jual Beli Dropshipping dalam Perspektif Ekonomi Islam. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2).

Hadi, S. (2000). *Metodologi Reseacrh Jilid 1*. Yogyakarta: Andi Offset.

Haeril, M. (2022). Pola Kemitraan Distributor dan *Reseller Online Shop* di Kota Parepare (Analisis Ekonomi Islam). *Skripsi: Program Analisis Ekonomi Syariah*, Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Hamdani, S. H. (2020). Dropshipping pada CV. Karya Utama Surabaya Terhadap Pemberdayaan Kaffahisme Ekonomi Perspektif Hukum Islam. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 10(01).

Hasanah, U. (2018). Bay' Al-Salam dan Bay' Al-Istisna' (Kajian Terhadap Produk Perekonomian Islam). *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 10(1), http://dx.doi.org/10.30596%2Fintiqad.v10i1.1929

Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrussa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2015). *Pemasaran Syariah*. Kencana.

Isnawati. (2018). *Jual Beli Online Sesuai Syariah*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing.

Iswidharmanjaya, D. (2012). *Dropshipping Cara Mudah Bisnis Online*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Jajuli, S. (2016). *Ekonomi Islam Umar bin Khattab*. Yogyakarta: Deepublish.

Khalamillah, F. (2019). Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce) dalam Perspektif Hukum Islam. *Munic Personal RePEc Archive*, 95341, 1-9.

Kholifah, S & Suyadnya, W. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Berbagi Pengalaman dari Lapangan*. Depok: Rajawali Pers.

Komputer, Wahana. (2013). *Membangun Usaha Bisnis Dropshipping*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Lubaba, A, Paturrohman & Khori'ah, F. (2021). Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Dropshipping dalam Jual Beli Online dengan Menggunakan Konsep Ba'i As-Salam (Studi Kasus Mahasiswa IAI Bunga Bangsa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021). *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), 191, https://doi.org/10.47453/ecopreneur.v2i2.459

Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mujahidin. (2019). Dropship dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 01(02), 140-149.

Mulya, S, Basuki, A. M. H & Prabowo, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Mixed Method : Perspektif yang*

Terbaru untuk Ilmu-ilmu Sosial, Kemanusiaan dan Budaya. Depok: Rajawali Pers.

Nuari, M. D. (2019). Jual Beli Online dengan Sistem Dropshipping dalam Perpsektif Ekonomi Islam (Studi Beteng Trade Center Solo). *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Indonesia*.

Nubahai, L. (2019). Konsep Jual Beli Model Dropshipping Perspektif Ekonomi Islam. *Misykat : Universitas Indonesia (UI)*, 04(01).

Palevy, M. R, Furqani, H & Hasnita, N. (2020). Sistem Transaksi dan Pertanggungan Resiko dalam Jual Beli Dropshipping menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Sharia Economics*, 1(2), https://doi.org/10.22373/jose.v1i2.642

Parmujianto. (2019). Analisis Fikih Muamalah Kontemporer terhadap Jual Beli Online dengan Sistem Dropship (Kajian Hukum islam). *Jurnal Al Qodri*, 16(1).

Pekerti, R. D & Eliada, H. (2018). Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)*, 20(02).

Pitri, A., Hasan, U., & Sayuti, A. T. (2022). Perlindungan Hak Reseller Online Shop Terkait Perbuatan Melawan Hukum dengan Cara Pembatalan Sepihak yang Dilakukan oleh Konsumen. *Zaaken: Journal of Civil and Bussiness Law*, 3(2), 266-284.

Purnomo, C. H. (2012). *Jualan Online Tanpa Ribet dengan Dropshipping*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Purwantoro, B. S. (2020). Sistem Dropship Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Dropshipaja.com). *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 186-196.

Puwanza, S. W, et al. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.

AR-RANIRY

Ramadhani, A. N., Fasa, M. I., & Suharto. (2020). Analisis Metode Pembayaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada E-commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(01), 111-119. https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.127

Rohman, H. (2020). *Hukum Jual Beli Online (Pendekatan Fiqh Muamalah, Kaidah Fiqh, Usul Fiqh, Maqasid al-Syariah, Hasil Bahsul Masa'il NU, dan Fatwa DSN-MUI)*. Jawa Timur: Duta Media Publishing.

Roihanah, R. (2011). Perlindungan Hak Konsumen dalam Transaksi Elektronik (*E-Commerce*). *Jurnal Justicia Islamica*, 8(2).

Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (P. R. G. Persada (ed)).

Saprida, S. (2018). Akad Salam dalam Transaksi Jual Beli. *Mizan: Journal of Islamic Law*, 4(1), https://doi.org/10.32507/mizan.v4i1.177

Sarwat, A. (2018). *Fiqih Jual-Beli*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing.

Setiawan, D. (2014). *Buat Toko Online Sendiri dengan Opencart*. Yogyakarta: Andi Offset.

Shobirin. (2015). Jual Beli dalam Pandangan Islam. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(2).

Soviana, R & Abidin, Z. (2020). Analisis Sistem Dropship Marketing Perspektif Konsep Maqashid Syariah Al-Syatibi. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 3(1).

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulianta, F. (2014). *Terobosan Berjualan Online Ala Dropshipping*. Yogyakarta: Andi.

Sulianta, F. (2015). *Langkah Jitu Jualan Online*. Bandung: Publika Edu Media.

Syafii, A. & Creativity, J. (2013). *Step by Step Bismis Dropshipping & Reseller*. Jakarta: PT Elex Media Kompitindo.

Tanjung, M. J. (2021). Praktik Sistem Dropshipping pada Jual Beli Online dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Dropshipper Tokopedia dan Shopee Mahasiswa UII). *Skripsi:* Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Tarmizi, E & Hamzah, M. M. (2021). Dropshipping dalam Perspektif Fiqh Muamalah Kontemporer. *Iltizam Journal of Sharia Economic Research*, 5(1).

Triyawan, A & Nugroho, S. E. (2018). Sistem Dropshipping Menurut Ekonomi Islam. *Human Falah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 05(02).

Umar, H. (2009). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Usman, H., Sobari, N., & Sulthani, E. A. (2019). *Islamic Marketing*. PT. Raja Grafindo Persada.

Wagino, et al. (2021). *Kewirausahaan Digital*. Padang: CV Muharika Rumah Ilmiah.

Wahab, M. A. (2018). *Halal dan Haram Dropshipping*. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing.

Winiarski, J., & Marcinkowski, B. (2020). E-Commerce Website and The Phenomenon of Dropshipping: Evaluation Criteria and Model. *European Conference Information Systems* (pp. 289-300), Spinger, Cham.

Zainul, N, Osman, F & Mazlan, H. (2004). E-Commerce From an Islamic Perspective. *Electronic Commerce Reseacrh and Applications*, Vol.3.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Pertanyaan Wawancara

Informan	Pakar
Nama Informan	Ustad Darwis
Tanggal Wawancara	7 Juli 2023
Pukul	11.00 WIB

1. Apakah anda familiar dengan konsep sistem *reseller*? Jika ya, bagaimana pendapat anda mengenai sistem *reseller* ini?

(Jawaban: Reseller itu kan pengecer atau penjual ulang. Dia membeli barang untuk dijual kembali bukan dikonsumsi sendiri. Keuntungan dia itu juga dari selisih harga jualnya itu)

2. Bagaimana pendapat anda mengenai praktik sistem *reseller* dalam transaksi *e-commerce*? Apakah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam? Mengapa?

(Jawaban: Poin utama jual beli suatu barang itu boleh dikarenakan barangnya sudah dimiliki terlebih dahulu. Untuk hukumnya sendiri para ulama sepakat membolehkan karena barang tersebut sudah menjadi milik reseller itu sebelum dia jual. Jual beli reseller ini masuk ke dalam kategori bai'u maushufin fi al-dzimmah yaitu jual beli yang sudah menjadi milik dari pedagang. Akan yang berlaku didalamnya adalah akad salam, dengan ciri-ciri barang sudah berada dalam kuasa pedagang dan diketahui ra'sul maalnya atau modal pokoknya)

3. Bagaimana pendapat anda mengenai sistem *reseller* yang sesuai dengan ekonomi Islam? Jika ada yang tidak sesuai maka apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki itu?

(Jawaban: Selama dia tidak melanggar aturan dasar dalam fikih jual beli dan tidak bertentangan dengan tujuan syariat islam atau maqashid syariah maka ia sudah sesuai. Dasar jual beli menurut fikih itu meliputi akadnya, orang yang berakad, dan objek yang menjadi akad jual beli itu sendiri)

4. Menurut anda, apakah ada hal yang membedakan sistem *reseller* dalam

Islam dengan sistem *reseller* pada umunya?

(Jawaban: Menurut fikih Islam, bisnis terkhususnya reseller ini diperbolehkan dengan memenuhi beberapa ketentuan. Pertama, kriteria objek jual (produk) yang tidak tunai dan al-maushufah fi dzimmah itu harus halal dan jelas kriterianya agar tidak termasuk produk gharar (tidak jelas) yang dilarang dalam Islam, sesuai dengan hadis Rasulullah SAW yang artinya: "Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung gharar". Kedua, memenuhi unsur ijab qabul atau shigat yang menunjukkan keinginan jual beli dan ridha kedua belah pihak. Menurut mazhab syafi'iyah, bisnis reseller ini bisa melahirkan perpindahan kepemilikan dengan sekedar akad atau transaksi yang disepakati. Ketiga, skema akad yang berlaku dalam transaksi reseller itu terdiri dari atas dua akad, yaitu akad antara reseller dan supplier adalah akad jual beli tunai atau cash, kemudian akad antara reseller dengan pembeli adalah jual beli tidak tunai, dimana harga yang dibayarkan tunai dan barang dikirim kemudian. Kemudian juga penjual itu harus menjelaskan secara jujur tentang objek jual berserta harganya. Harus terbuka kepada konsumen. Selanjutnya juga diberikan hak khiyar atau opsi untuk membatalkan atau melanjutkan. Jika barang yang dipesan atau yang diterima itu tidak sesuai dengan pesanan atau kriterianya, maka pembeli bisa membatalkan jual beli dengan ganti rugi atau melanjutkan jual beli)

5. Bagaimana menurut anda pengaruh sistem *reseller* dalam meningkatkan kegiatan usaha dan pemberdayaan ekonomi masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam?

(Jawaban: Berpengaruh ya, karena sistem reseller ini dapat memperluas jangkauan barang, meningkatkan efisiensi distribusinya, dan juga memberikan nikai tambah bagi konsumen. Jadi bukan berarti praktik ini bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Namun tetap harus dilakukan dengan memperhatikan etika dan keadilan juga.)

6. Apakah anda memiliki rekomendasi atau saran terkait pengembangan

sistem *reseller* pada transaksi *e-commerce* yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam?

(Jawaban: Penitng bagi reseller itu sendiri untuk menjalankan bisnis mereka dengan jujur dan harus memperhatikan prinsip-prinsip yang dianjurkan oleh Islam. Seperti transparansi, keadilan dan saling menguntungkan dalam transaksi.)

7. Bagaimana anda melihat peran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam mempersiapkan mahasiswa untuk memahami dan mengimplementasikan konsep-konsep ekonomi Islam dalam transaksi *e-commerce*?

(Jawaban: Peran fakultas itu penting ya dalam menyiapkan mahasiswanya untuk bisa memahami dan menerapkan ilmu yang telah didapat juga. Untuk mahasiswa juga penting untuk terus belajar dan meningkatkan keterampilan mereka dalam berbisnis yang sesuai ketentuan syariah. Mereka juga perlu memperdalam pemahaman tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam dan mengembangkan strategi pemsaran yang sesuai dengan nilai-nilai Islam)

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Informan	Akademisi Dosen FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Nama Informan	Dr. Hafas Furqani, M. Ec
Tanggal Wawancara	22 Juni 2023
Pukul	16.00 WIB

8. Apakah anda familiar dengan konsep sistem *reseller*? Jika ya, bagaimana pendapat anda mengenai sistem *reseller* ini?

(Jawaban: Kata reseller itu artinya membeli barang lalu menjual kembali ya. Yang berarti barangnya harus ada di diri kita dulu baru kita jual)

9. Bagaimana pendapat anda mengenai praktik sistem *reseller* dalam transaksi *e-commerce*? Apakah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam? Mengapa?

(Jawaban: Didalam Islam itu kan sesuatu yang kita jual itu harus ada didalam kepemilikan kita, sedangkan untuk memiliki kita harus membeli terlebih dahulu, ketika sudah dibeli barang tersebut sudah menjadi milik kita kemudian kita jual, kalau tidak memiliki berarti itu agen, kalau menjadi agen berarti kita menjadi perantara dari pihak lain untuk menjual barang milik orang lain, jadi kalau sebagai agen kita mendapatkan fee, tapi kalau reseller kita mendapatkan keuntungan karena kita menjual dengan tingkat yang lebih tinggi)

10. Bagaimana pendapat anda mengenai sistem *reseller* yang sesuai dengan ekonomi Islam? Jika ada yang tidak sesuai maka apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki itu?

(Jawaban: Jika barang yang akan dijual sudah dimiliki berarti sudah sesuai, namun tetap harus diperhatikan prinsip-prinsip Islamnya. Yang pertama terpenuhinya rukun dan syarat itu sudah jelas, yang kedua itu terpenuhi juga syarat-syarat tambahan seperti kepemilikan barang, menanggung risiko kepemilikan itu misalnya seperti barangnya rusak, sebagai penjual kan harus menanggung risiko-risiko itu, kemudian yang lain seperti syarat-syarat etika seperti misalnya tidak boleh menipu, tidak

boleh mengelabui, transparan. Sebab sesuainya ia dengan itu tidak dilihat dari aspek hukum saja aspek dimensi etikanya juga harus sesuai dengan syariah)

11. Menurut anda, apakah ada hal yang membedakan sistem *reseller* dalam Islam dengan sistem *reseller* pada umunya?

(Jawaban: Kalau dalam Islam seperti yang saya jelaskan tadi, sedangkan yang membedakannya itu terlihat dari barangnya, kehalalannya)

12. Bagaimana pandangan anda terhadap prinsip keadilan dalam konteks transaksi *e-commerce* dengan sistem *reseller*? Apakah sistem ini mendukung prinsip keadilan ekonomi Islam?

(Jawaban: Penjual yang baik itu dia harus memperhatikan harga pasar ketika menjual, kemudian tidak boleh menipu sehingga pembeli merasa ridha dengan harga tersebut, tidak boleh menyembunyikan cacat atau aib sebuah barang, transparan juga)

13. Bagaimana menurut anda pengaruh sistem *reseller* dalam meningkatkan kegiatan usaha dan pemberdayaan ekonomi masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam?

(Jawaban: Iya berpengaruh, karena itu bisa menjadi peluang lapangan kerja baru bagi masyarakat, kemudian perputaran barang bisa menjadi lebih banyak di masyarakat, dan bisa meningkatkan pendapatan)

14. Apakah anda memiliki rekomendasi atau saran terkait pengembangan sistem *reseller* pada transaksi *e-commerce* yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam?

(Jawaban: Intinya itu ya harus memenuhi prinsip-prinsip syariah secara hukum dan secara etika, secara akhlaknya ya, kalau bisa lebih transaparan, lebih terbuka. Kalau ada konsumen yang komplain yang ingin mengembalikan barang harus di fasilitasi, tidak ada penipuan, jadi semuanya merasa rela, fair atau adil)

15. Bagaimana anda melihat peran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam mempersiapkan mahasiswa untuk memahami dan

mengimplementasikan konsep-konsep ekonomi Islam dalam transaksi *e-commerce*?

(Jawaban: Mahasiswa itu perannya bisa sebagai pembeli dan bisa sebagai penjual juga. Jika sebagai pembeli mahasiswa harus tahu hukum-hukumnya, dan mahasiswa sebagai penjual juga harus tahu hukum dan bisa mempraktik konsep-konsep Islami itu didalam praktik-praktik resellernya)

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Nama Narasumber	Annisa Humaira
Tanggal Wawancara	20 Mei 2023

1) Bisakah anda menjelaskan mengenai latar belakang mengapa anda memilih bisnis *online* dengan sistem *reseller*? Dan apa saja faktor yang mempengaruhinya?

(Jawaban: Awal-awal bulan februari, saya menjual makanan, seperti basreng dan bakso aci, karena suka terhadap dunia bisnis dan mau mau mandiri juga. Masa sekarang perkembangan teknologi dan internet untuk bisnis online jadi makin mudah untuk di akses, terus juga potensi pasar yang luas, media sosial sama platform e-commerce juga sudah makin canggih, jadi makin mudah kalo mau promosi)

2) Bagaimana mekanisme penjualan yang anda lakukan?

(Jawaban: Awalnya posting dulu produknya di media sosial seperti IG dan WA, kalau ada yang beli saya kabarin ke resellernya, terus reseller siapin produknya, saya ambil produk ke reseller dan langsung antar ke tempat pembeli. Saya kasih produknya ke pembeli terus pembeli kasih uang)

3) Apakah harga sesuai dengan barang yang dijual?

(Jawaban: Menurut saya sesuai, karena bahan-bahan yang digunakan sudah pasti sesuai dengan harga yang dijual)

4) Bagaimana cara anda mempromosikan produk anda? Dan media apa saja yang anda gunakan?

(Jawaban: Saya promosikan di media sosial, di IG sama WA. Kalau sudah dikampus terkadang saya bilang dari mulut ke mulut)

5) Berapa kali dalam sebulan anda melalukan promosi?

(Jawaban: Tidak menentu. Kadang juga seminggu sekali atau sebulan 2 kali)

6) Apakah ada penjelasan kepada konsumen jika pengiriman membutuhkan beban dan biaya?

(Jawaban: Kalau untuk ini kebanyakan konsumen/pembeli saya banyak yang masih di lingkungan teman, jadi tidak ada ongkos kirimnya, karena

barangnya saya antar ke kampus ketika jumpa)

7) Metode apa yang sering digunakan ketika bertransaksi?

(Jawaban: COD, karena kebanyakan teman sendiri)

8) Jika terjadinya ketidaksesuaian pesanan apakah produk dapat dikembalikan?

(Jawaban: Selama saya jualan belum ada yang seperti itu)

9) Bagaimana dari pihak *reseller* dalam menanggapi adanya ketidaksesuaian dan keterlambatan pengiriman produk?

(Jawaban: Belum pernah ada selama jualan)

10) Apakah anda paham tentang cara jual beli dalam Islam?

(Jawaban: Iya, saya paham)

11) Bagaimana pendapat anda tentang jual beli *online* seperti ini menurut syariat Islam?

(Jawaban: Asal sudah terpenuhi rukun dan syaratnya saya rasa sudah cukup)

12) Apakah produk yang dijual sudah terjamin halal?

(Jawaban: Iya, sudah. Karena bahan-bahan yang digunakan tidak mengandung bahan-bahan yang dilarang didalam Islam)

13) Apakah ada konsumen yang mempertanyakan perihal kehalalan produk yang diterima?

(Jawaban: Kayaknya sejauh ini tidak ada)

AR-RANIRY

Nama Narasumber	Alifa Syilda
Tanggal Wawancara	20 Mei 2023

1) Bisakah anda menjelaskan mengenai latar belakang mengapa anda memilih bisnis *online* dengan sistem *reseller*? Dan apa saja faktor yang mempengaruhinya?

(Jawaban: Awal-awal bulan februari dan saya menjual makanan-makanan ringan seperti basreng. Awalnya saya diajak oleh teman saya, untuk mencari penghasilan tambahan. Pilih jualan ini supaya ada penghasilan sendiri walaupun tidak banyak dan juga untuk mengisi waktu luang)

2) Bagaimana mekanisme penjualan yang anda lakukan?

(Jawaban: Saya promosi melalui instagram dan whatsapp, biasanya saya sudah ambil barang duluan ke suppliernya setelah itu baru saya jual, ketika ada yang beli saya langsung antar ke pembelinya terus pembeli bayar begitu saya kasih barangnya)

3) Apakah harga sesuai dengan barang yang dijual?

(Jawaban: Sesuai, karena selama ini belum ada pembeli juga yang komplain mengenai harga)

4) Bagaimana cara anda mempromosikan produk anda? Dan media apa saja yang anda gunakan?

(Jawaban: Saya posting foto atau video makanannya di media sosial saya, saya menggunakan media instagram dan whatsapp)

5) Berapa kali dalam sebulan anda melalukan promosi?

(Jawaban: Bisa dibilang sebulan 4 kali)

6) Apakah ada penjelasan kepada konsumen jika pengiriman membutuhkan beban dan biaya?

(Jawaban: Ada, tapi karena kebanyakan teman sendiri jadi tidak ada ongkos kirim, karena jumpanya ketika di kampus)

7) Metode apa yang sering digunakan ketika bertransaksi?

(Jawaban: COD, karena kebanyakan teman sendiri)

8) Jika terjadinya ketidaksesuaian pesanan apakah produk dapat

dikembalikan?

(Jawaban: Bisa saja, tapi selama saya jualan belum ada kejadia seperti itu)

9) Bagaimana dari pihak *reseller* dalam menanggapi adanya ketidaksesuaian dan keterlambatan pengiriman produk?

(Jawaban: Yang pasti saya ganti pesanannya jika tidak sesuai, kalau memang terlambat kirim sejauh ini juga belum pernah)

10) Apakah anda paham tentang cara jual beli dalam Islam?

(Jawaban: Iya, paham)

11) Bagaimana pendapat anda tentang jual beli *online* seperti ini menurut syariat Islam?

(Jawaban: Boleh, karena tidak merugikan pihak manapun, jujur, tidak menggunakan bahan-bahan yang haram, dan tidak bohong tentang produk yang dijual)

12) Apakah produk yang dijual sudah terjamin halal?

(Jawaban: Sudah)

13) Apakah ada konsumen yang mempertanyakan perihal kehalalan produk yang diterima?

(Jawaban: Sepertinya tidak ada selama saya jualan)

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Nama Narasumber	Khairun Nisa
Tanggal Wawancara	15 Mei 2023

1) Bisakah anda menjelaskan mengenai latar belakang mengapa anda memilih bisnis *online* dengan sistem *reseller*? Dan apa saja faktor yang mempengaruhinya?

(Jawaban: Tahun 2020, saya menjual pakaian wanita, karena saya suka berbisnis, saya tertarik untuk belajar tentang bisnis. Awalnya saya coba-coba karena ada teman saya juga seorang reseller, setelah saya coba saya tau kalau jualan dengan sistem ini tidak membuat saya terikat, saya bisa jualan kapanpun selama saya ada waktu luang)

2) Bagaimana mekanisme penjualan yang anda lakukan?

(Jawaban: Saya cuma posting foto atau video yang diberikan oleh supplier, kalau ada yang beli saya ambil barangnya di supplier, setelah itu saya melakukan transaksi dengan pembeli, saya antar barangnya atau juga terkadang ada pembeli yang datang ambil kerumah saya)

3) Apakah harga sesuai dengan barang yang dijual?

(Jawaban: Sesuai, saya selalu memastikan terlebih dulu tentang kualitas produk yang akan saya jual)

4) Bagaimana cara anda mempromosikan produk anda? Dan media apa saja yang anda gunakan?

(Jawaban: Saya posting fotonya di whatsapp atau di instagram, saya jelasin juga kualitas dan bahannya seperti apa)

5) Berapa kali dalam sebulan anda melalukan promosi?

(Jawaban: Setiap hari ada produk yang saya jual, seringnya baju, celana dan jilbab)

6) Apakah ada penjelasan kepada konsumen jika pengiriman membutuhkan beban dan biaya?

(Jawaban: Kalau ada pembeli diluar daerah saya akan saya kasih tau di awal tentang ongkos kirim barangnya)

7) Metode apa yang sering digunakan ketika bertransaksi?

(Jawaban: Kalau pembelinya dekat-dekat daerah saya kebanyakan COD, tapi kalo yang diluar daerah menggunakan mobile banking)

8) Jika terjadinya ketidaksesuaian pesanan apakah produk dapat dikembalikan?

(Jawaban: Kalau ada yang komplain bisa saya ganti dengan barangnya)

9) Bagaimana dari pihak *reseller* dalam menanggapi adanya ketidaksesuaian dan keterlambatan pengiriman produk?

(Jawaban: Kalau ada yang tidak sesuai biasanya saya ganti, kalau itu kesalahan dari saya ya saya ganti, tapi kalau pembelinya komplain karena alasan pribadi tidak saya terima. Kalau mengenai keterlambatan produknya saya selalu sudah beri tahu sedari awal kepada pembeli tentang estimasi kesampaian produknya, kalau pembalinya tidak terima terpaksa saya jual ke orang lain lagi)

10) Apakah anda paham tentang cara jual beli dalam Islam?

(Jawaban: Iya, saya paham)

11) Bagaimana pendapat anda tentang jual beli *online* seperti ini menurut syariat Islam?

(Jawaban: Boleh, asal sesuai dengan rukun dan syaratnya)

12) Apakah anda paham tata cara akad pada transaksi online ini?

(Jawaban: Iya, saya paham)

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Nama Narasumber	Raudhatul Jannah
Tanggal Wawancara	26 Januari 2023

1) Bisakah anda menjelaskan mengenai latar belakang mengapa anda memilih bisnis *online* dengan sistem *reseller*? Dan apa saja faktor yang mempengaruhinya?

(Jawaban: Saya mulai dari masa SMA, akhir tahun 2019, Saya menjual pakaian, saya suka tentang usaha atau bisnis-bisnis seperti ini, karena peluangnya besar, sekarang kan semua sudah serba online, semua orang juga pasti pernah belanja online)

2) Bagaimana mekanisme penjualan yang anda lakukan?

(Jawaban: Awalnya saya beli barang ke supplier, terus saya posting foto-foto barangnya, nanti kalau ada pembeli yang tertarik, saya kasih tau metode pembayarannya, setelah itu saya siapin produk yang dipesan dan saya kirim ke pembeli)

3) Apakah harga sesuai dengan barang yang dijual?

(Jawaban: Sesuai, karena ada kualitas ada harga)

4) Bagaimana cara anda mempromosikan produk anda? Dan media apa saja yang anda gunakan?

(Jawaban: Kalau untuk teman-teman kuliah saya kasih tau dari mulut ke mulut, tapi saya juga ada posting di media sosial saya seperti IG dan WA)

5) Berapa kali dalam sebulan anda melalukan promosi?

(Jawaban: Tergantung, di awal-awal jualan biasanya bisa setiap hari. Belakangan ini dalam sebulan ada sekali atau dua kali)

6) Apakah ada penjelasan kepada konsumen jika pengiriman membutuhkan beban dan biaya?

(Jawaban: Kalau untuk yang diluar daerah tentu ada)

7) Metode apa yang sering digunakan ketika bertransaksi?

(Jawaban: Seringnya COD, tapi ada juga yang transfer)

8) Jika terjadinya ketidaksesuaian pesanan apakah produk dapat dikembalikan?

(Jawaban: Kalau tidak sesuai belum ada yang protes/komplain, karena ketika saya posting foto produknya saya sudah jelaskan secara detail mengenai produk yang akan saya jual)

9) Bagaimana dari pihak *reseller* dalam menanggapi adanya ketidaksesuaian dan keterlambatan pengiriman produk?

(Jawaban: Kalau memang ada yang tidak sesuai harus saya ganti, dan untuk keterlambatan pengiriman produk biasanya selalu saya beri tahukan di kepada pembeli/komsumen)

10) Apakah anda paham tentang cara jual beli dalam Islam?

(Jawaban: Iya, paham)

11) Bagaimana pendapat anda tentang jual beli *online* seperti ini menurut syariat Islam?

(Jawaban: Jual beli yang tidak mengandung unsur-unsur riba didalamnya, yang tentunya tidak dilarang oleh agama Islam. Harus sesuai sama ketentuan syariatnya Islamnya)

12) Apakah anda paham tata cara akad pada transaksi online ini?

(Jawaban: Iya, saya paham)

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Nama Narasumber	Sri Mardhiah
Tanggal Wawancara	6 Februari 2023

1) Bisakah anda menjelaskan mengenai latar belakang mengapa anda memilih bisnis *online* dengan sistem *reseller*? Dan apa saja faktor yang mempengaruhinya?

(Jawaban: Sejak tahun 2020, saya menjual skincare karena tidak butuh modal yang besar tetapi saya bisa mendapatkan keuntungan dari hasil jualan itu. Faktor yang pertama karena peluangnya yang besar dan hampir tidak ada kerugiannya, transaksinya mudah, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja)

2) Bagaimana mekanisme penjualan yang anda lakukan?

(Jawaban: Saya posting foto atau video dari supplier, jika ada pembeli saya hubungi supllier untuk beritahukan pesanana, jadi nanti yang proses pengiriman dari pihak supplier atas nama saya (reseller) kepada konsumen/pembeli. Kalau untuk teman-teman kampus biasanya barangnya saya ambil dulu ke supplier, setelah itu baru saya antar ke teman-teman saya di kampus)

3) Apakah harga sesuai dengan barang yang dijual?

(Jawaban: Sesuai, karena pakaian yang dijual juga kualitasnya bagus-bagus)

4) Bagaimana cara anda mempromosikan produk anda? Dan media apa saja yang anda gunakan?

(Jawaban: Saya posting di media sosial, lebih seringnya di WA)

5) Berapa kali dalam sebulan anda melalukan promosi?

(Jawaban: Seminggu sekali atau dua kali)

6) Apakah ada penjelasan kepada konsumen jika pengiriman membutuhkan beban dan biaya?

(Jawaban: Kalau alamat pembeli yang dituju memerlukan ongkos kirim sudah saya beritahukan di awal transaksi)

7) Metode apa yang sering digunakan ketika bertransaksi?

(Jawaban: Kadang-kadang transfer, tapi kalau teman-teman kuliah biasanya COD)

8) Jika terjadinya ketidaksesuaian pesanan apakah produk dapat dikembalikan?

(Jawaban: Bisa, jika pembeli ada bukti seperti foto atau video yang menyatakan bahwa barang dikirim tidak sesuai dengan yang dipesan)

9) Bagaimana dari pihak *reseller* dalam menanggapi adanya ketidaksesuaian dan keterlambatan pengiriman produk?

(Jawaban: Selama ada bukti bisa kita proses barang yang tidak sesuai kita ganti, jika mengenai keterlambatan pengiriman itu sudah menjadi tanggung jawab pihak ekspedisinya bukan lagi tanggung jawab kami, karena kami sudah beritahukan di awal untuk proses pengirimannya melalui apa dan menggunakan jasa apa)

10) Apakah anda paham tentang cara jual beli dalam Islam?

(Jawaban: Iya, saya paham)

11) Bagaimana pendapat anda tentang jual beli *online* seperti ini menurut syariat Islam?

(Jawaban: Menurut saya boleh, kan yang dijual juga bukan barang haram, tidak mengandung riba, jelas rukun dan syaratnya, ada penjual dan pembeli serta ada barangnya)

12) Apakah anda paham tata cara akad pada transaksi online ini?

(Jawaban: Iya, saya paham)

Nama Narasumber	Salsabilla Alfianti Salja
Tanggal Wawancara	15 Juni 2023

1) Bisakah anda menjelaskan mengenai latar belakang mengapa anda memilih bisnis *online* dengan sistem *reseller*? Dan apa saja faktor yang mempengaruhinya?

(Jawaban: Sejak kelas 1 SMA, Ingin mencari uang jajan tambahan, dan juga yang pertama karena media internet sekarang sudah luas ya, terus juga transaksi e-commerce dimasa sekarang itu juga lagi naik-naiknya, ini menjadi peluang untuk pejuang cuan apalagi mahasiswa yang ingin punya usaha tanpa ribet tapi mau dapat penghasilan yang lumayan)

2) Bagaimana mekanisme penjualan yang anda lakukan?

(Jawaban: Saya posting di media sosial, jadi nanti jika ada pembeli, mereka memesan terlebih dahulu, jika barangnya sudah ada di saya baru saya kasih ke pembeli dan pembeli kasih uang tunai, karena masih teman sendiri (pembeli) jadi tidak ada proses packing)

3) Sistem mekanisme seperti apa yang anda lakukan pada penjualan anda ini?

(Jawaban: Ini menggunakan sistem PO (pre-order))

4) Apakah harga sesuai dengan barang yang dijual?

(Jawaban: Iya, sesuai. Karena harga yang dijual masih harga pasaran)

5) Bagaimana cara anda mempromosikan produk anda? Dan media apa saja yang anda gunakan?

(Jawaban: Awal-awal dari mulut ke mulut, berlanjut posting ke media sosial Instagram dan Whatsapp) hingga akhirnya saya menggunakan platform shopee)

6) Berapa kali dalam sebulan anda melalukan promosi?

(Jawaban: Tidak menentu, bisa jadi 3 kali sebulan atau lebih)

7) Apakah ada penjelasan kepada konsumen jika pengiriman membutuhkan beban dan biaya?

(Jawaban: Tidak ada, karena jangkauannnya masih sekitar teman sendiri)

8) Metode apa yang sering digunakan ketika bertransaksi?

(Jawaban: Bayar ditempat atau COD)

9) Jika terjadinya ketidaksesuaian pesanan apakah produk dapat dikembalikan?

(Jawaban: Bisa saja)

10) Bagaimana dari pihak *reseller* dalam menanggapi adanya ketidaksesuaian dan keterlambatan pengiriman produk?

(Jawaban: Karena teman sendiri, jadi tidak enak kalau semisal barangnya tidak diterima karena tidak sesuai, jadi terpaksa harus cari pembeli lain yang mau membeli produk yang di tolak itu)

11) Apakah anda paham tentang cara jual beli dalam Islam?

(Jawaban: Iya, saya paham)

12) Bagaimana pendapat anda tentang jual beli *online* seperti ini menurut syariat Islam?

(Jawaban: Boleh, karena yang dijual juga bukan barang haram, transaksinya tidak mengandung riba, dan yang pasti produknya halal)

13) Apakah produk yang dijual sudah terjamin halal?

(Jawaban: Sudah, kalau tidak halal tidak mungkin dijual)

14) Apakah ada konsumen yang mempertanyakan perihal kehalalan produk yang diterima?

(Jawaban: Ada, bahkan sering. Makanya saya hanya menjual produk yang sudah BPOM)

AR-RANIRY

Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian

Gambar 1: Pakar: Ustad Darwis

Gambar 2: Akademisi Dosen FEBI UIN Ar-Raniry: Dr. Hafas Furqani, M. Ec

Gambar 3: Mahasiswa yang berperan sebagai *Reseller*

RIWAYAT HIDUP

Data Diri

Nama	: Akhirul Ummi Ananda
NIM	: 180602120
Tempat/Tgl.Lahir	: Banda Aceh/20 Oktober 1999
Alamat	: Ruyung, Kec. Mesjid Raya, Kab. Aceh Besar
No.HP	: 081275485894
Email	: akhirul.ananda13@gmail.com

Riwayat pendidikan

SD	: SDN 1 Atap Ruyung
SMP	: SMP PKPU
SMA	: SMAN 2 Unggul Ali Hasjmy
Universitas	: UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Data orang tua

Nama Ayah	: Drs. Subahrum (Alm)
Pekerjaan	: -
Nama Ibu	: Asmah
Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga (IRT)
Alamat Orang Tua	: Ruyung, Kec. Mesjid Raya, Kab. Aceh Besar

جامعة الرانري
AR-RANIRY