

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN JUAL BELI ONLINE DAN DAMPAKNYA
TERHADAP PENDAPATAN MASYARAKAT DI MASA
PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM (STUDI TERHADAP MASYARAKAT DESA ATEUK
MUNJENG KOTA BANDA ACEH)**



Disusun Oleh:

**ALIF AKBAR
NIM. 170602055**

**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M / 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Alif Akbar
NIM : 170602055
Prodi : 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 mempertanggung jawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan 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, 3 Januari 2022

Yang Menyatakan,



Alif Akbar

**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH
SKRIPSI**

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli
Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat
Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam
(Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota
Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

Alif Akbar
NIM. 170602055

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

Pembimbing I



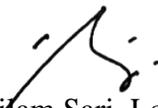
Dr. H. Muhammad Zulhilmi, MAI R Y
NIP. 197204282005011033

Pembimbing II



Junia Farma, M. Ag
NIP. 199206142019032039

Mengetahui
Ketua Prodi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag
NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)

Disusun Oleh:

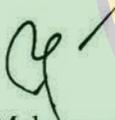
Alif Akbar
NIM: 170602055

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 : Kamis, 13 Januari 2022 M
10 Jumadil Awal 1443 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



Dr. H. Muhammad Zulhilmi, MA
NIP. 197204282005011033

Sekretaris,



Junia Farma, M. Ag
NIP. 199206142019032039

Penguji I,



Dr. Hendra Syahputra, MM
NIP. 1976102420090110055

Penguji II,



Seri Murni, SE., M.Si.Ak
NIP. 197210112014112001

Mengetahui

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



Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP. 196403141992031003



**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 : Alif Akbar
NIM : 170602055
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : 170602055@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 (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)

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 pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 31 Desember 2021

Mengetahui,

Penulis

Alif Akbar
NIM. 170602055

Pembimbing I

Dr. H. Muhammad Zuhilmi, MA
NIP. 19720428200501103

Pembimbing II

Junia Farma, M. Ag
NIP. 199206142019032039

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang (hamba) melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (Q.S. AL-BAQARAH : 286)

“Barang siapa yang melapangkan suatu kesusahan dunia dari seorang Mukmin, maka Allah akan melapangkan darinya suatu kesusahakan di Hari Kiamat” (HR. Muslim, no. 2699)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT. Skripsi ini adalah bagian dari ibadahku kepada Allah SWT karena hanya kepada-Nyalah kami menyembah dan hanya kepada-Nyalah kami mohon pertolongan.

Kupersembahkan karya ini kepada :

Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu memberikan motivasi dalam hidupku

Abang, Kakak dan Adikku tersayang yang telah menjadi lampu penerang dikala diri ini berada dalam kelamnya kegelapan.

Tidak lupa pula kepada sahabat-sahabat, terkasih yang telah senantiasa menemani di kala senang maupun dikala susah.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, Rabb semesta alam, atas segala limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada kita semua, serta pertolongan-Nyalah penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul ***“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”*** serta tak lupa pula shalawat bertangkaikan salam kita curahkan kepada kepangkuan Nabi Besar Muhammad ﷺ, yang mana beliau telah membawa kita dari zaman kebodohan kepada zaman yang penuh penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti yang kita rasakan saat ini. Penulisan proposal ilmiah ini merupakan salah satu tugas akhir yang harus dipenuhi oleh penulis dan merupakan syarat untuk menyelesaikan program studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan S-1 Ekonomi Syari’ah Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam proses penyelesaian proposal ini, penulis banyak mengalami kendala dan pasang surut semangat. Namun, berkat motivasi, bimbingan materi, doa, dukungan dan sumbangsih pemikirannya dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan proposal ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang

terhormat :

1. Dr. Zaki Fuad., M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry serta seluruh staf pengajar dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis dalam berbagai pengurusan administrasi selama penulisan proposal ilmiah ini.
2. Muhammad Arifin, Ph. D. selaku Ketua Laboratorium FEBI UIN Ar-Raniry.
3. Dr. Nilam Sari, M. Ag. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah.
4. Dr. Muhammad Zuhilmi, MA selaku dosen pembimbing I skripsi yang selama ini telah membimbing, membagikan ilmu, dan motivasi, serta pengalamannya. Terima kasih telah membimbing sampai skripsi ini selesai dan sah untuk memenuhi persyaratan kelulusan kuliah saya. Semoga Bapak selalu mendapat rahmat dan lindungan Allah SWT.
5. Junia Farma, M. Ag selaku dosen pembimbing II skripsi yang selama ini telah membimbing, membagikan ilmu, dan motivasi, serta pengalamannya. Terima kasih telah membimbing sampai skripsi ini selesai dan sah untuk memenuhi persyaratan kelulusan

kuliah saya. Semoga Ibu selalu mendapat rahmat dan lindungan Allah SWT.

6. Dr. Hendra Syahputra, MM selaku penguji I dan Seri Murni, SE., M.Si., Ak selaku penguji II yang telah menguji hasil karya penelitian ilmiah saya dengan sangat baik.
7. Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Jurusan Strata I Ekonomi Syari'ah, juga yang telah menyetujui judul dan memberi masukan beserta bimbingan disaat kesulitan dalam proses penulisan proposal ilmiah ini, juga kepada seluruh dosen dan staf akademik Prodi Ekonomi Syari'ah.
8. Kedua orang tua tercinta Bapak Abdullah dan Ibu Chasidah atas setiap cinta, kasih sayang, do'a dan dukungan, baik secara moral maupun materil, baktiku seumur hidup takkan mampu untuk membalas semua kasih sayangmu.
9. Segenap sahabatku tercinta yang telah memberikan semangat, baik buah pikiran, dan dukungan selama proses penulisan penelitian karya ilmiah ini.
10. Juga kepada teman-teman grup seperjuangan (angkatan) 2017.

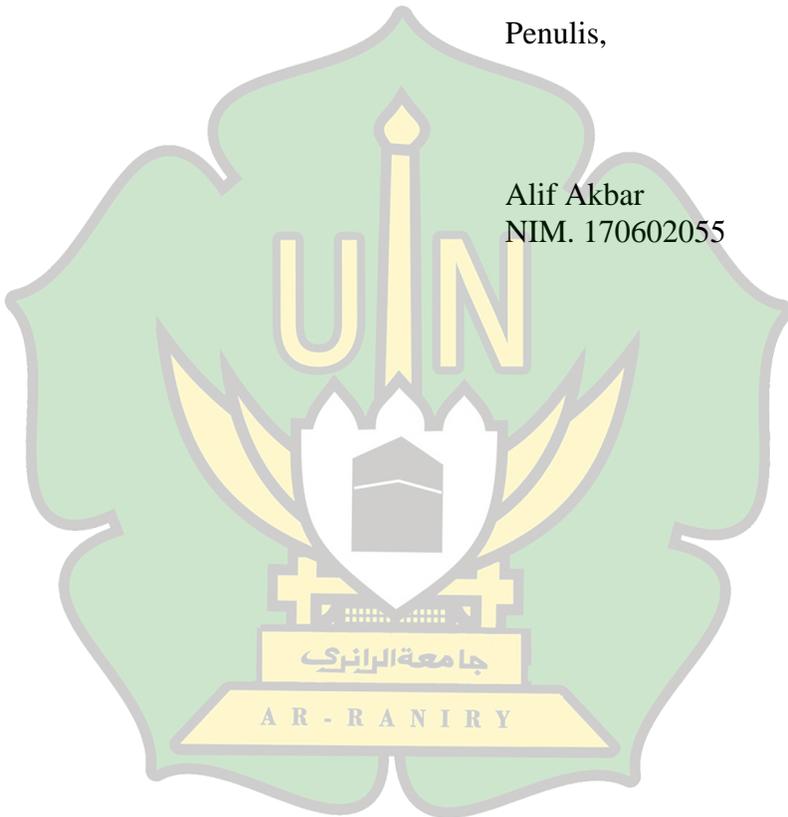
Akhirnya atas segala do'a, bantuan, dan dorongan yang

telah diberikan, penulis hanya memohon kepada Allah SWT semoga amal kebaikan saudara sekalian mendapatkan balasan dari Allah SWT. Amiin Yaa Rabbal ‘Aalamiin.

Banda Aceh, 3 Januari 2022

Penulis,

Alif Akbar
NIM. 170602055



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	Z̤
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z̤	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
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	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	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh

kaifa : كيف

haua : 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 اِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اِ اِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ
ramā : رَمَى
qīla : قِيلَ
yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu:

- a. Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *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 :

raudah al-atfāl/ raudatulatfāl :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ :

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-MadīnatulMunawwarah

Talḥah :

طَلْحَةَ

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 : Alif Akbar
NIM : 170602055
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh).
Pembimbing I : Dr. Muhammad Zuhilmi, MA
Pembimbing II : Junia Farma, M.Ag
Kata Kunci : Keputusan, Jual Beli Online, Pendapatan

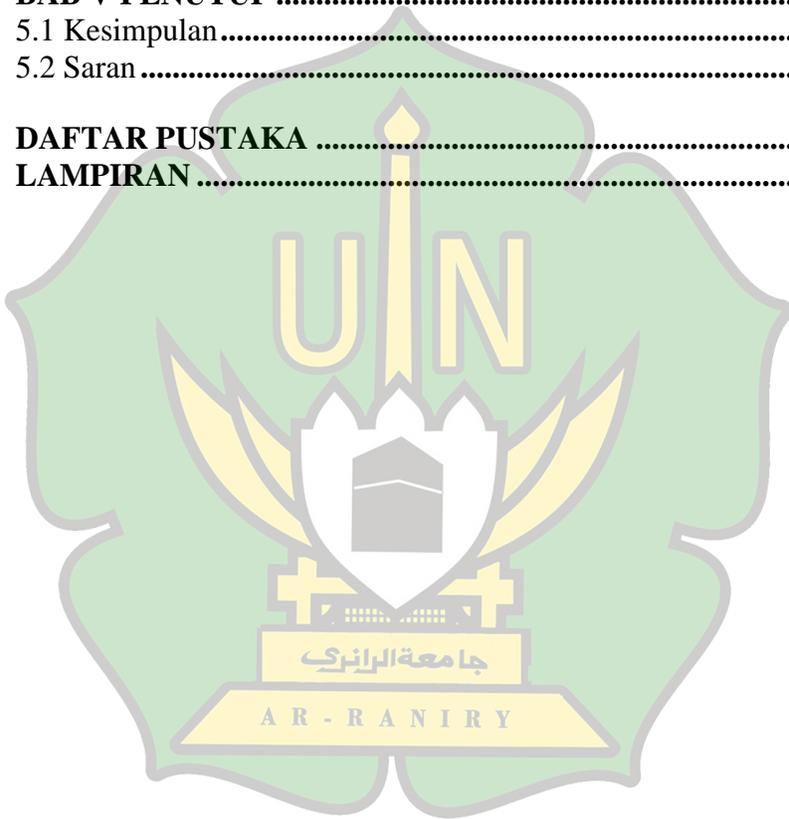
Jual beli *online* merupakan persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli secara *online* menerapkan sistem jual beli di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli. Jual beli ini dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan handphone, komputer, tablet, dan barang-barang teknologi canggih yang lainnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam melakukan jual beli *online* dan bagaimana dampak pendapatan jual beli *online* terhadap masyarakat Desa Ateuk Munjeng selama pandemi Covid-19 yang ditinjau menurut perspektif ekonomi islam. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan pendekatan penelitian yang digunakan ialah penelitian lapangan. Hasil penelitian ditemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan jual beli *online* pada masyarakat Desa Ateuk Munjeng di masa pandemi Covid-19, mayoritas masyarakatnya lebih mengutamakan kebutuhan ekonominya terpenuhi dari pada harus mematuhi protokol kesehatan yang membuat pendapatan ekonomi mereka terbatas dan tidak terpenuhinya kebutuhan ekonomi yang lain. Sedangkan Dampak pendapatan masyarakat dimasa pandemi Covid-19 di Desa Ateuk Munjeng berjalan dengan normal, hanya saja pendapatan para penjual tidak sebanyak yang mereka dapatkan setelah melandanya pandemi Covid-19, dikarenakan salah satu hambatannya harus mematuhi protokol kesehatan, sehingga alat transportasi pengiriman barang terbatas.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANGTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	xii
ABSTRAK.....	xvi
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Konsep Jual Beli.....	11
2.1.1 Definisi Jual Beli.....	11
2.1.2 Dasar Hukum Jual Beli.....	12
2.1.3 Rukun dan Syarat Jual Beli	14
2.1.4 Macam-Macam Jual Beli.....	16
2.1.5 Pendapatan.....	19
2.2 Jual Beli Online	21
2.2.1 Definisi Jual Beli Online	21
2.2.2 Akad Dalam Jual Beli Online.....	24
2.2.3 Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam	41
2.3 Virus COVID-19	53
2.4 Perilaku Pembelian Online	56

2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online	58
2.6 Penelitian Terdahulu.....	63
2.7 Kerangka Pemikiran	71
BAB III METODE PENELITIAN.....	73
3.1 Jenis Penelitian Dan Pendekatan Penelitian	73
3.1.1 Jenis Penelitian	73
3.1.2 Pendekatan Penelitian.....	73
3.2 Data Dan Teknik Pemerolehannya	74
3.2.1 Data Primer.....	74
3.2.2 Data Sekunder	75
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	75
3.3.1 Subjek Penelitian	75
3.3.2 Objek Penelitian	77
3.4 Teknik Pengumpulan Data	77
3.5 Metode Analisis Data	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	80
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	80
4.1.1 Profil Dan Sejarah Desa Ateuk Munjeng	80
4.1.2 Sejarah Pembangunan Desa Ateuk Munjeng	80
4.1.3 Sejarah Pemerintahan Desa Ateuk Munjeng	82
4.1.4 Struktur Organisasi Kepengurusan Desa Ateuk Munjeng	83
4.1.5 Visi Dan Misi Desa Ateuk Munjeng	84
4.2 Profil Informan	85
4.3 Hasil Penelitian.....	87
4.3.1 Wawancara Keputusan Penjual Online Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Di Masa Pandemi Covid-19.....	89
4.3.2 Wawancara Keputusan Pembeli Online Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Di Masa Pandemi Covid-19.....	95
4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Dalam Melakukan Jual Beli Online	

Selama Pandemi Covid-19	98
4.5 Dampak Jual Beli Online Terhadap Pendapatan Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam	99
4.6 Jual Beli Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam	103
BAB V PENUTUP	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	113



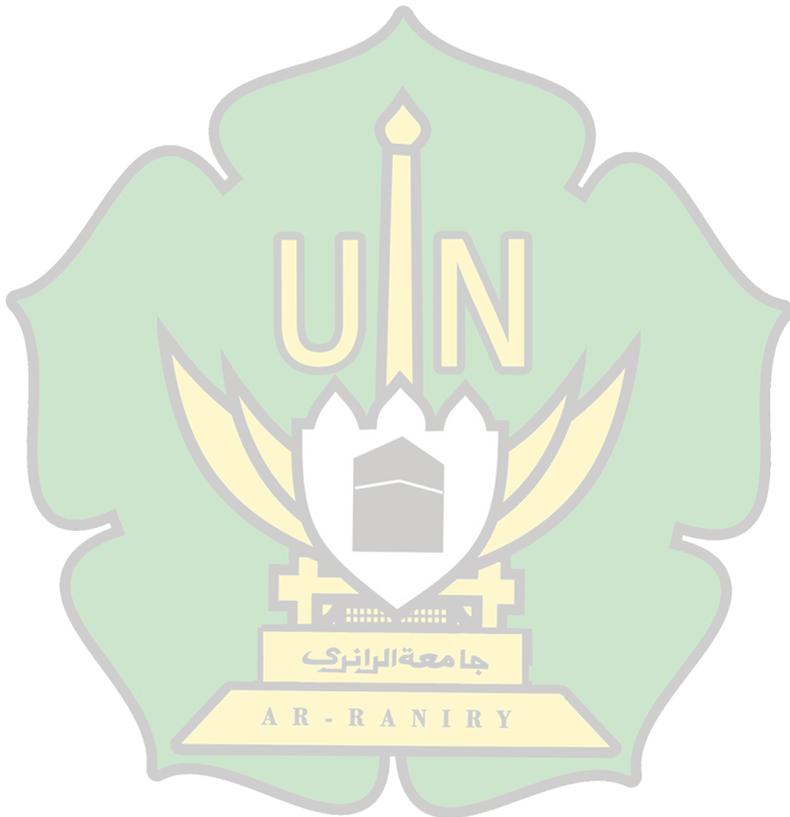
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terkait	68
Tabel 3. 1 Daftar Informan Masyarakat Desa Ateuk Munjeng	76
Tabel 4. 1 Sejarah Pembangunan Desa Ateuk Munjeng	81
Tabel 4. 2 Sejarah Pemerintahan Desa Ateuk Munjeng	82
Tabel 4. 3 Profil Informan Penjual Online	85
Tabel 4. 4 Profil Informan Pembeli Online	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	72
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Kepengurusan Desa Ateuk Munjeng.....	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara Penjual Online	117
Lampiran 2: Pedoman Wawancara Penjual Online	120
Lampiran 3: Pedoman Wawancara Penjual Online	123
Lampiran 4: Pedoman Wawancara Penjual Online	126
Lampiran 5: Pedoman Wawancara Pembeli Online	129
Lampiran 6: Pedoman Wawancara Pembeli Online	133
Lampiran 7: Pedoman Wawancara Pembeli Online	135
Lampiran 8: Pedoman Wawancara Pembeli Online	138
Lampiran 9: Pedoman Wawancara Pembeli Online	141
Lampiran 10: Pedoman Wawancara Pembeli Online	144
Lampiran 11: Dokumentasi Penjual Online Dan Pembeli Online	149
Lampiran 12: Daftar Riwayat Hidup	158



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu termasuk salah satunya dalam hal kebiasaan melakukan transaksi jual beli. Apabila dahulu yang dimaksudkan transaksi jual beli harus dilakukan secara tatap muka di mana terjadi peralihan barang secara langsung dari penjual kepada pembeli, yaitu pembeli harus bertemu dengan penjual di pasar nyata. Saat ini telah beralih kepada era di mana transaksi tidak lagi dilakukan secara tatap muka, melainkan sudah melalui media online. Tidak lagi harus terjadi pertemuan antara penjual dengan pembeli di pasar, melainkan cukup dengan menggunakan teknologi internet dan langsung terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Telah terdapat berbagai macam produk yang dijual tidak lagi melakukan penjualan secara tatap muka semata, melainkan sudah menggunakan teknologi untuk melakukan penjualan secara online (Rianto, 2013).

Teknologi merupakan sebuah perangkat untuk membantu aktivitas kehidupan manusia dan dapat mengurangi ketidakpastian yang di timbulkan oleh hubungan sebab akibat yang melingkupi dalam mencapai suatu tujuan (Neogroho, 2010: 2). Teknologi menghubungkan manusia dengan kemudahan dalam mencapai berbagai hal yang tidak diketahui sebelumnya, melalui majunya perkembangan teknologi komunikasi, sebuah media penghubung yang dinamakan internet pun mulai tercipta dan mulai menyebar luas

sebagai salah satu media komunikasi dan media informasi. Salah satu bentuk nyata, kemajuan teknologi yaitu dengan adanya internet. Internet adalah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung satu dengan lainnya. Kata internet berasal dari bahasa latin yaitu "inter" yang berarti "antara". Internet merupakan jaringan yang terdiri dari milyaran komputer yang ada di seluruh dunia. Internet melibatkan berbagai jenis komputer serta topology jaringan yang berbeda.

Pada saat ini, jual beli online sudah menjadi kebiasaan masyarakat sekitar kita, kita tinggal lihat gambar-gambar, foto-foto barang yang mau dijual dengan melalui *Shoope*, *Facebook*, *Whats App* dan lain sebagainya, jika pembeli setuju tinggal transfer, kemudian barang dipaketkan lewat Pos, JNE dan lain sebagainya. Hal ini merupakan ada unsur kerelaan antara pembeli dan penjual, jika barang tidak sesuai dengan apa yang ada di foto, menurut saya ini tergantung perjanjian dari awal, yang terpenting saling merelakan satu sama lain atau disebut dengan 'antaradin. Kemajuan jual beli online atau disebut online shop sangat berkembang pesat. Bahkan, hampir seluruh perdagangan barang-barang semua melalui online dengan memakai internet, baik dilakukan dengan HP Android maupun laptop (Maghfuroh, 2020).

Selain itu, dengan perkembangan teknologi yang sudah semakin modern, seiring dengan telah lahirnya berbagai teknologi baru seperti telepon pintar (*smart-phone*), *tablet*, dan berbagai gadget lainnya. Pada berbagai teknologi baru tersebut, konsumen dapat

membeli berbagai fitur program dari pasar online yang terdapat pada berbagai teknologi tersebut baik secara gratis maupun berbayar. Seiring dengan perkembangan teknologi dalam melakukan transaksi yang semakin berkembang ini, ternyata turut pula menimbulkan berbagai permasalahan. Beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam transaksi online ialah (a) kualitas barang yang dijual, hal ini dikarenakan pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Penjual hanya melihat tampilan gambar dari barang yang akan dijual; (b) potensi penipuan yang sangat tinggi, di mana ketika pembeli sudah melakukan pembayaran namun barang tidak kunjung diantar kepada pembeli; (c) potensi gagal bayar dari pembeli, di mana ketika penjual sudah mengirimkan barang kepada pembeli namun pembayaran tidak kunjung dilakukan oleh pembeli.

Salah satu hal yang membedakan bisnis online dengan bisnis *off line* adalah proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara kongkrit, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu (Rianto, 2013).

Dari sudut pandang ilmu fiqh, jual beli dalam kegiatan ekonomi bukanlah termasuk bab Ibadah mudah, melainkan bab mu'amalah. Oleh karena itu berlaku kaidah fiqh yang menyatakan bahwa “*Al-*

ashlu fi mu'amalah al-ibahah, illa idza ma dalla al-dalil ala khilafihi", yakni suatu perkara mu'amalah pada dasarnya diperkenankan (halal) untuk dilakukan, kecuali jika ada larangan dari sumber agama (Kitab dan Sunnah). Oleh karena itu, kita tidak dibenarkan melarang sesuatu yang dibolehkan Allah S.W.T, sebagaimana kita tidak boleh pula membolehkan sesuatu yang dilarang oleh Allah S.W.T (Karim, 2007: 5). Kaidah fiqh dalam mu'amalah diatas memberikan arti bahwa dalam kegiatan mu'amalah yang notabene adalah urusan keduniaan, manusia diberikan kebebasan sebebaskan untuk melakukan apa saja yang bisa memberikan manfaat kepada dirinya sendiri, orang lain dan lingkungannya, selama hal tersebut tidak ada ketentuan yang melarangnya.

Kaidah ini didasarkan kepada Hadist dari Rasulullah S.A.W yang menyatakan "*antum 'alamu bi'umurid dunyaakum*" (kamu lebih tahu atas urusan duniamu). Bahwa untuk urusan kehidupan dunia yang penuh perubahan atas ruang dan waktu, islam memberikan kebebasan mutlak kepada manusia untuk menentukan jalan hidupnya, tanpa memberikan aturan-aturan yang kaku yang bersifat dogmatis. Hal ini membuktikan bahwa Islam menjunjung tinggi asas kreativitas pada umatnya untuk bisa mengembangkan potensinya dalam mengelola kehidupan ini, khususnya berkenaan dengan fungsi manusia sebagai khalifah Allah di bumi. Efek yang timbul dari kaidah fiqh mu'amalah diatas adalah adanya ruang lingkup yang sangat luas dalam penetapan hukum-hukum

mu'amalah, termasuk juga hukum ekonomi, ini berarti suatu transaksi baru yang muncul dalam fenomena kontemporer yang dalam sejarah Islam belum ada atau belum dikenal, maka transaksi tersebut dianggap diperbolehkan, selama transaksi tersebut tidak dilarang dalam aturan islam (Putra, 2019).

Salah satu fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik, perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu termasuk salah satunya dalam hal melakukan transaksi jual beli. Apabila dahulu yang dimaksudkan dengan transaksi jual beli harus dilakukan dengan cara bertatap muka dimana terjadi peralihan barang secara langsung dari penjual kepada pembeli, yaitu pembeli harus bertemu dengan penjual dipasar nyata. Saat ini telah beralih kepada era dimana transaksi tidak lagi dilakukan secara tatap muka, melainkan sudah melalui media online. Tidak lagi harus ada pertemuan antara pembeli dengan penjual di pasar, melainkan cukup dengan menggunakan teknologi internet dan transaksipun sudah bisa dilakukan antara pembeli dengan penjual (Rianto, 2013).

Semenjak adanya covid-19 di Indonesia pada awal februari 2020 membuat perekonomian Indonesia terganggu, hal ini berlaku pada semua sektor, tak terkecuali sektor jual beli online. Selama berlangsungnya pandemi covid-19, pemerintah berupaya mengambil berbagai kebijakan dalam menghambat penularan covid-19 ini, salah satunya dengan menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Dengan adanya PSBB ini masyarakat dilarang

melakukan kegiatan sosial berskala besar dan dihimbau untuk menjaga jarak, hal ini memiliki dampak langsung pada sektor jual beli online secara umum dimana masyarakat sedikit kewalahan dalam menjalankan jual beli secara onlinenya, dikarenakan adanya hambatan pengiriman melalui transportasi online sehingga grafik penggunaan modal bisnis online kemungkinan mengalami penurunan. Dan hal ini bisa jadi memiliki kemungkinan mempengaruhi pendapatan ekonomi mereka. Hal ini menjadikan peneliti menemukan beberapa masalah untuk meneliti keputusan jual beli online dan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat yang ada di kampung Ateuk Munjeng, yang dimana kondisi jual beli online yang dijalankan pada saat masa pandemi Covid-19 tetap dapat berjalan seperti biasanya. Kemudian peneliti akan meninjau kepada para masyarakat kampung Ateuk Munjeng, bagaimana para masyarakat tersebut dapat menjalankan jual beli online nya di masa pandemi Covid-19. Dikarenakan pada survey yang telah peneliti dapatkan masyarakat kampung tersebut banyak yang melakukan aktifitas jual beli online dibandingkan dengan desa-desa yang lainnya.

Dengan melihat berbagai permasalahan di atas, maka tulisan ini bertujuan untuk mengkaji bagaimanakah perspektif ekonomi Islam dalam melihat perkembangan transaksi jual beli online terhadap keputusan dan dampak pendapatan masyarakat di masa pandemi covid-19, serta apa saja yang harus dilakukan untuk meminimalisasi berbagai permasalahan di atas. Sehingga judul yang akan dibahas

oleh peneliti adalah *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, saya sebagai peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh dan akan menarik beberapa permasalahan yang mengenai keputusan jual beli online dan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh di masa pandemi covid-19. Adapun permasalahan tersebut dapat dirincikan sebagai berikut :

1. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat Desa Ateuk Munjeng dalam melakukan jual beli online selama pandemi covid-19?
2. Bagaimana dampak jual beli online terhadap pendapatan masyarakat Desa Ateuk Munjeng menurut perspektif ekonomi islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat Desa Ateuk Munjeng

dalam melakukan jual beli online selama pandemi covid-19?

2. Untuk mengetahui bagaimana dampak jual beli online terhadap pendapatan masyarakat Desa Ateuk Munjeng menurut perspektif ekonomi islam?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini dapat berupa:

1. Untuk memberikan masukan kepada kalangan akademis serta masyarakat umum, sebagai dasar penelitian selanjutnya serta memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan jual beli online dan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat di masa pandemi covid-19 dalam perspektif ekonomi islam, yang menstudikasuskan masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat umum serta penulis, sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan kita terhadap pendapatan dan dampak jual beli online selama pandemi Covid-19, agar kedepannya walaupun dalam keadaan seperti ini dapat diatasi secara membaik.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan urutan panyajian dari masing-masing bab secara terperinci, singkat dan jelas. Serta diharapkan

dapat mempermudah dalam memahami proposal penelitian. Adapun sistematika penulisan proposal skripsi ini akan diuraikan pada paragraf dibawah ini.

Bab I: Pendahuluan

Menyajikan pendahuluan dari seluruh penulisan yang berisi latar belakang sebagai landasan pembahasan lebih lanjut, perumusan masalah yang berguna untuk memfokuskan pembahasan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan penulisan.

Bab II: Landasan Teori

Menyajikan tentang landasan teori yang berkaitan dengan topik penelitian, definisi jual beli, definisi jual beli online, definisi pendapatan, definisi rezeki, kajian ekonomi islam, definisi covid-19, pembahasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang menjadi acuan dalam penyusunan penulisan karya ilmiah ini, dan kerangka pemikiran yang menerapkan secara ringkas kaitan antara variabel yang akan diteliti sesuai teori atau fakta lapangan.

Bab III: Metode Penelitian

Berisi pendekatan atau metode yang akan digunakan dalam penelitian, yang meliputi jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, metode analisis data, operasiaonal variable yang digunakan serta lokasi dan jadwal penelitian.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang gambaran umum lokasi penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

Bab V: Penutup

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diharapkan bisa memberikan manfaat bagi para pihak yang berkepentingan.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Jual Beli

2.1.1 Definisi Jual Beli

Jual beli menurut bahasa atau etimologi disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata *al-bai'* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *asy-syira'* (beli). Kata *al-bai'* yang berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli, sehingga dalam adat sehari-hari, istilah *al-bai'* diartikan jual beli (Harun, 2007: 66).

Adapun jual beli menurut istilah atau terminologi yang dimaksud jual beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan saling melepaskan hak milik dari satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan (Prasetyo, 2018: 58-59). Para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya, antara lain:

1. Menurut Ulama Hanafiah: *“Pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus yang dibolehkan”*.
2. Menurut Imam Nawawi: *“Pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan”*.
3. Menurut Ibnu Qudamah: *“Pertukaran harta dengan harta untuk saling menjadikan hak milik”*.

Definisi lain dikemukakan ulama mazhab Maliki, Syafi'i, dan Hanbali. Menurut mereka, jual beli adalah saling menukar harta

dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan pemilikan. Dalam hal ini mereka melakukan penekanan pada kata “*milik dan pemilikan*” ada juga tukar menukar harta tersebut yang sifatnya bukan pemilikan, seperti (*ijarah*) sewa-menyewa (Cahyani, 2013: 49-50). Sedangkan menurut Imam Sayyid Sabiq, jual beli adalah tukar menukar harta dengan jalan suka sama suka (*'an-taradhin*). Atau memindahkan kepemilikan dengan adanya penggantian, dengan prinsip tidak melanggar syariah.

Dari beberapa definisi diatas, dapat dipahami bahwa inti jual beli ialah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati. Sesuai dengan ketentuan atau ketetapan hukum maksudnya ialah memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun, dan hal-hal lain yang ada kaitannya dengan jual beli sehingga bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak syara'.

2.1.2 Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama manusia dalam memenuhi kebutuhannya mempunyai landasan yang kuat baik dari Al-Qur'an maupun Hadist, diantaranya yaitu:

1. Q.S. Al-Baqarah: 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

2. Q.S. An-Nisa’: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Ayat-ayat yang lalu berbicara tentang hukum pernikahan, sementara pernikahan itu tidak bisa dilepaskan dari harta, terutama berkaitan dengan maskawin. Oleh sebab itu, ayat berikut berbicara tentang bagaimana manusia beriman mengelola harta sesuai dengan keridaan Allah. Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah sekali-kali kamu saling memakan atau memperoleh harta di antara sesamamu yang kamu perlukan dalam hidup dengan jalan yang batil, yakni jalan tidak benar yang tidak sesuai dengan tuntunan syariat, kecuali kamu peroleh harta itu dengan cara yang benar dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu yang tidak melanggar ketentuan syariat. Dan janganlah kamu membunuh dirimu atau membunuh orang lain karena ingin mendapatkan harta. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu dan hamba-hambanya yang beriman. Dan barang siapa berbuat demikian, dalam memperoleh harta, dengan cara melanggar hukum dan dengan berbuat zalim, maka akan Kami masukkan dia ke dalam neraka. Yang demikian itu, yakni menjatuhkan hukuman dengan siksaan neraka, adalah sesuatu hal yang sangat mudah bagi Allah”.

Ayat diatas menjelaskan tentang hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan dan bisnis jual beli. Di dalam ayat diatas, Allah mengharamkan orang yang beriman untuk

memakan, memanfaatkan, menggunakan, (segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang bathil, yaitu transaksi yang tidak dibenarkan oleh syariat. Kita dibolehkan untuk melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dan saling ridha.

3. Hadist Nabi: *“Dari Rifa’ah ibnu Rafi’, bahwa Rasulullah S.A.W, ditanyakan seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik, Rasulullah S.A.W ketika itu menjawab: Usaha dari tangan manusia itu sendiri dan dari jual beli yang diberkati”* (H.R. Al- Bazzah dan Al-Hakim).
4. Hadist Nabi: *”Rasulullah S.A.W menyatakan: jual beli itu didasarkan kepada suka sama suka”* (H.R. Al-Baihaqi).
5. Hadist Nabi: *“Rasulullah S.A.W, bersabda : pedagang yang jujur dan terpercaya itu sejajar (tempatny disurga) dengan para Nabi, para shiddiqin dan para syahada”*. (HR. Tirmidzi) (Agama R.I.; 2006: 58).

2.1.3 Rukun dan Syarat Jual Beli

Dalam jual beli terdapat berbagai rukun dan syarat yang harus di penuhi.

Rukun jual beli ada tiga yaitu:

1. Ijab Qabul (shigat)
2. Orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli)
3. Ma’kud alaih (objek akad)

Jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab kabul, karena ijab kabul menunjukkan kerelaan (keridhaan). Ijab kabul biasanya dilakukan dengan lisan, tetapi juga bisa dengan hal-hal lain yang mengandung arti ijab kabul.

Rukun pertama dalam masalah ijab kabul, ulama fiqh berbeda pendapat. Menurut Ulama Syafi'iyah: *“Tidak sah akad jual beli kecuali dengan shighat (ijab kabul) yang diucapkan”*. Imam Malik berpendapat bahwa: *“jual beli itu telah sah dan dapat dilakukan secara dipahami saja”*. Pendapat ketiga ialah penyampaian akad dengan perbuatan atau disebut juga dengan *‘aqad bi al-mu’athah* yaitu mengambil dan memberikan dengan tanpa perkataan atau ijab kabul. Sebagaimana seseorang mengambil sesuatu yang telah diketahui harganya, kemudian ia mengambilnya dari penjual dan memberikan uangnya sebagai pembayaran.

Rukun jual beli yang kedua ialah pihak-pihak yang terlibat dalam melakukan akad, baik pembeli (*musytari*), penjual (*bai’*) atau pihak lainnya. Syarat-syarat bagi pihak tersebut yaitu: Baligh dan berakal agar tidak mudah tertipu.

Rukun Jual beli yang ketiga yaitu benda atau barang yang diperjual belikan, dimana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

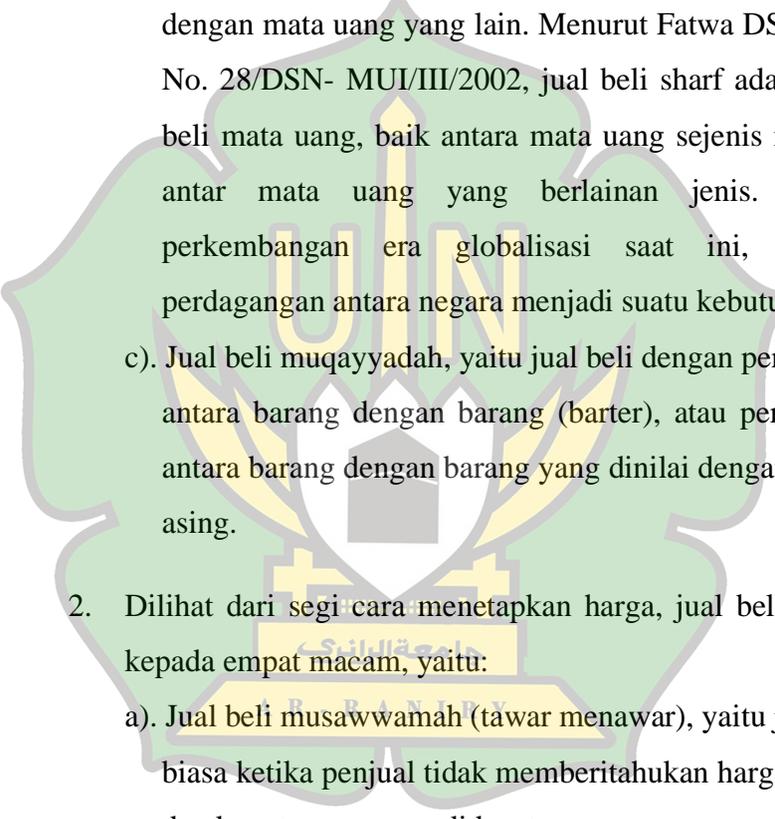
1. Suci atau mungkin untuk disucikan sehingga tidak sah penjualan benda-benda najis seperti anjing, babi, dan lainnya.

2. Memberi manfaat menurut syara', maka dilarang jual beli benda- benda yang tidak boleh diambil manfaatnya menurut syara'.
3. Jangan di taklikkan, yaitu dikaitkan atau digantungkan kepada hal- hal lain, seperti jika ayahku pergi, kujual motor ini kepadamu.
4. Tidak di batasi waktu, seperti perkataan kujual motor ini kepada tuan selama satu tahun, maka penjualan tersebut tidak sah sebab jual beli merupakan salah satu sebab pemilikan secara penuh yang tidak dibatasi apa pun kecuali ketentuan syara'.
5. Dapat diserahkan terimakan, maksudnya ialah barang tersebut dapat diserahkan terimakan dengan cepat maupun lambat.
6. Milik sendiri, tidaklah sah menjual barang orang lain kecuali bila dikuasakan untuk menjual atau barang-barang yang baru akan menjadi miliknya.
7. Diketahui (dilihat), barang yang diperjual belikan harus dapat diketahui banyaknya, beratnya, takarannya, atau ukuran-ukuran yang lainnya, maka tidaklah sah jual beli yang menimbulkan keraguan salah satu pihak.

2.1.4 Macam-Macam Jual Beli

Jual Beli memiliki beberapa macam, yang di tinjau dari berbagai sudut, ulama membagi macam-macam jual beli sebagai berikut:

1. Dilihat dari sisi objek yang diperjual belikan, jual beli dibagi kepada tiga macam, yaitu:

- 
- a). Jual beli *muthlaqah*, yaitu jual beli dengan pertukaran antara barang atau jasa dengan uang, jual beli ini merupakan jual beli yang sangat familiar atau yang biasa kita lakukan sehari-hari.
- b). Jual beli *sharf*, yaitu jual beli antara satu mata uang dengan mata uang yang lain. Menurut Fatwa DSN MUI No. 28/DSN- MUI/III/2002, jual beli *sharf* adalah jual beli mata uang, baik antara mata uang sejenis maupun antar mata uang yang berlainan jenis. Dalam perkembangan era globalisasi saat ini, dimana perdagangan antara negara menjadi suatu kebutuhan.
- c). Jual beli *muqayyadah*, yaitu jual beli dengan pertukaran antara barang dengan barang (*barter*), atau pertukaran antara barang dengan barang yang dinilai dengan valuta asing.
2. Dilihat dari segi cara menetapkan harga, jual beli dibagi kepada empat macam, yaitu:
- a). Jual beli *musawwamah* (*tawar menawar*), yaitu jual beli biasa ketika penjual tidak memberitahukan harga pokok dan keuntungan yang didapatnya.
- b). Jual beli *amanah*, yaitu jual beli ketika penjual memberitahukan modal jualnya (*harga perolehan barang*). Jual beli *amanah* dibagi kedalam tiga macam, yaitu:
1. Jual beli *murabahah*, yaitu jual beli ketika penjual

menyebutkan harga pokok pembelian barang dan keuntungan yang didapatnya.

2. Jual beli muwadha'ah (discount), yaitu jual beli dengan harga dibawah harga modal dengan jumlah kerugian yang diketahui, untuk penjualan barang atau aktiva yang nilai bukunya sudah sangat rendah.
3. Jual beli tauliyah, yaitu jual beli dengan harga modal tanpa keuntungan dan kerugian.
 - c). Jual beli dengan harga tangguh, (*ba'i bitsaman ajil*), yaitu jual beli dengan penetapan harga yang akan dibayar dikemudian hari. Harga tangguh ini boleh lebih tinggi dari pada harga tunai dan bisa dicicil.
 - d). Jual beli muzayyadah (lelang), yaitu jual beli dengan penawaran dari penjual dan para pembeli menawarnya. Penawaran tertinggi terpilih sebagai pembeli.
3. Dilihat dari segi pembayaran, jual beli dibagi kepada empat macam, yaitu:
 - a). Jual beli dengan penyerahan barang dan pembayaran langsung.
 - b). Jual beli dengan pembayaran tertunda (*bai' muajjal*), yaitu jual beli yang penyerahan barang secara langsung (tunai) tetapi pembayaran dilakukan dikemudian dan bisa dicicil.
 - c). Jual beli dengan penyerahan barang tertunda (*deferred*

delivery), meliputi :

1. Jual beli salam, yaitu jual beli ketika pembelian membayar tunai dimuka atas barang yang di pesan dengan spesifikasi yang harus diserahkan kemudian.
 2. Jual beli istishna', yaitu jual beli yang pembelinya membayar tunai atau bertahap atas barang yang di pesan dengan spesifikasi yang harus diproduksi dan diserahkan dikemudian hari.
- d). Jual beli dengan penyerahan barang dan pembayaran sama- sama tertunda (Sholihin, 2013: 59).

2.1.5 Pendapatan

Kebutuhan dan keinginan tidak terbatas jumlahnya, hanya saja kebutuhan dan keinginan tersebut dibatasi dengan jumlah pendapatan yang diterima oleh seseorang. Pendapatan yang diterima oleh masyarakat tentu berbeda antar satu dengan yang lainnya, hal ini disebabkan berbedanya jenis pekerjaan yang dilakukannya. Perbedaan pekerjaan tersebut dilatar belakangi oleh tingkat pendidikan, skill dan pengalaman dalam bekerja. Indikator tingkat kesejahteraan dalam masyarakat dapat diukur dengan pendapatan yang diterimanya. Peningkatan taraf hidup masyarakat dapat digambarkan dari kenaikan hasil *real income* perkapita, sedangkan taraf hidup tercermin dalam tingkat dan pola konsumsi yang meliputi unsur pangan, pemukiman, kesehatan, dan pendidikan untuk mempertahankan derajat manusia secara wajar. Pendapatan

merupakan suatu hasil yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja. Jenis masyarakat bermacam ragam, seperti bertani, nelayan, beternak, buruh, serta berdagang dan juga bekerja pada sektor pemerintah dan swasta (Nazir, 2009: 17).

Pendapatan menurut ilmu ekonomi diartikan sebagai nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam satu periode seperti keadaan semula. Definisi tersebut menitik beratkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain pendapatan merupakan jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Secara garis besar pendapatan didefinisikan sebagai jumlah harta kekayaan awal periode ditambah perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang (Zulriski, 2008: 22).

Menurut Sukirno (2006: 97), mengemukakan pendapatan adalah penghasilan yang diterima tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima oleh suatu negara. Sedangkan menurut pendapatan lain, definisi secara luas merupakan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri yang dapat dipakai untuk konsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan dengan nama dan bentuk apapun.

Kesimpulan dari pengertian pendapatan adalah suatu hasil yang diterima yang diterima seseorang atau rumah tangga dari berusaha

atau bekerja yang berupa, uang maupun barang yang diterima atau dihasilkan dalam jangka waktu tertentu.

2.2 Jual Beli Online

2.2.1 Definisi Jual Beli Online

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antar penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Dari definisi diatas, dapat dipahami bahwa inti jual beli ialah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati. Adapun kata Online terdiri dari dua kata, yaitu *On* yang berarti hidup atau di dalam, dan *Line* yang berarti garis, lintasan, saluran atau jaringan. Secara bahasa Online bisa di artikan "*didalam jaringan*" atau dalam koneksi atau sering disebut juga dengan daring. Online adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam keadaan online, kita dapat melakukan kegiatan secara aktif sehingga dapat menjalin komunikasi, baik komunikasi satu arah seperti membaca berita dan artikel dalam website maupun komunikasi dua arah seperti chatting dan saling berkirim email. Dalam istilah lain Online juga dapat diartikan sebagai keadaan atau kondisi dimana seseorang atau sekelompok orang terhubung kedalam sebuah jaringan atau sedang menggunakan jaringan internet

dan saling berkomunikasi (Departemen Pendidikan Nasional, 2008: 589).

Dari pengertian dan istilah diatas, maka dapat kita pahami bahwa jual beli online adalah persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli secara online menerapkan sistem jual beli di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli. Jual beli ini dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan handphone, komputer, tablet, dan lain-lain.

Kemudian ada yang namanya *e-commerce*, yang mana pengertian *e-commerce* ini tidak jauh dari pengertian online, sama-sama memiliki aliran yang sama dan searah. *E-commerce*, menurut bahasa (etimologi) adalah sebagai berikut: (E) elektronik adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi, sedang (C) commerce adalah perdagangan dan perniagaan (Echols dan Shadily, 2003: 209). Adapun menurut istilah pengertian *e-commerce* adalah proses transaksi jual beli baik barang maupun jasa secara elektronik melalui media internet. Sedang menurut terminologi adalah sebagai berikut, Menurut Abdul Halim Barkatullah, *e-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *services providers*, dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer net-work*) yaitu internet (Utomo, 2003: 65).

Sedangkan menurut Santoso (2016), dalam jurnalnya mengatakan bahwa *e-commerce* merupakan suatu bentuk pertukaran informasi bisnis tanpa menggunakan kertas, melainkan dengan menggunakan *Electronic Data Interchange (EDI)*, *Electronic Mail (E-Mail)*, *Electronic Funds Transfer (EFT)* dan melalui jaringan lainnya.

E-commerce sebagai suatu cara untuk melakukan aktivitas perekonomian dengan infrastruktur internet memiliki jangkauan penerapan yang sangat luas. Seperti halnya internet, siapapun dapat melakukan aktivitas apapun termasuk aktivitas ekonomi, *e-commerce* juga memiliki segmentasi penerapan yang luas. Secara garis besar, *e-commerce* diterapkan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi *business-to-business*, *business-to-consumer*, dan *consumer-to-consumer*. Banyak perusahaan yang berkembang mulai mengaplikasikan *service e-commerce* ini karena dirasa sangat menguntungkan dan lebih efektif baik dari segi waktu maupun tenaga. Dan ditinjau dari segi pendapatan, metode ini dapat meningkatkan hingga lebih dari 2 kali lipat dari jumlah semula. Pada masa persaingan ketat di era globalisasi saat ini, maka persaingan yang sebenarnya adalah terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan kinerja dan eksistensi dalam bisnis inti. Dengan aplikasi *e-commerce*, seyogyanya hubungan antar perusahaan dengan entitas eksternal lainnya (pemasok, distributor, rekanan, konsumen) dapat dilakukan secara lebih cepat, lebih intensif, dan lebih murah daripada aplikasi

prinsip manajemen secara konvensional yang biasa disebut *door-to-door, one-to-one relationship* (Santoso, 2016).

E-commerce bukanlah sekedar suatu mekanisme penjualan barang atau jasa melalui medium internet, tetapi juga terhadap terjadinya sebuah transformasi bisnis yang mengubah cara pandang perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya. Membangun dan mengimplementasikan sebuah sistem *e-commerce* bukanlah merupakan proses instant, namun merupakan transformasi strategi dan system bisnis yang terus berkembang sejalan dengan perkembangan perusahaan dan teknologi. Berdasar atas berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari masing-masing definisi tersebut. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa *e-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut: terjadinya transaksi antara dua belah pihak, adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi, dan internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut. Dari karakteristik tersebut terlihat jelas bahwa pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi. Secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang (Atmojo, 2002: 6).

2.2.2 Akad Dalam Jual Beli Online

Dalam melakukan transaksi mu'amalah hal yang paling penting untuk diingat adalah akad (perjanjian). Akad adalah salah satu cara untuk memperoleh harta menurut syariat Islam dalam kehidupan

sehari-hari. Akad adalah suatu hal yang di Ridhai Allah SWT, untuk itu harus ditegakkan isinya. Akad berasal dari bahasa Arab Al-‘Aqad yang artinya perikatan, perjanjian dan pemufakatan. Pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan Kabul (pernyataan menerima ikatan), sesuai dengan kehendak syari’at yang berpengaruh pada obyek perikatan. Semua perikatan (transaksi) yang dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih, tidak boleh menyimpang dan harus sejalan dengan kehendak syari’at. Tidak boleh ada kesepakatan untuk menipu orang lain, transaksi barang-barang yang haram dan kesepakatan untuk membunuh seseorang. Mustafa Az-Zarqa’ menyatakan, *“tindakan berupa perkataan yang bersifat akad terjadi, bila dua atau beberapa pihak mengikatkan diri untuk melakukan sesuatu perjanjian”*(Hasan, 2004: 101).

Dari berbagai pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan akad adalah perikatan diantara kedua belah pihak yang dilakukan sesuai dengan syariat dan berakibat hukum pada obyek yang menjadi perikatan. Menurut Ghazali hikmah diadakannya perikatan adalah:

1. Adanya ikatan yang kuat antara dua orang atau lebih di dalam bertransaksi atau memiliki sesuatu.
2. Tidak dapat sembarangan membatalkan suatu ikatan perjanjian, karena sudah diatur di dalam syari’at.
3. Akad merupakan payung hukum di dalam kepemilikan sesuatu, sehingga pihak lain tidak bisa untuk menggugat atau memilikinya (Putra, 2019).

Agar suatu akad dapat dinilai sah maka harus terpenuhi rukun dan syaratnya. Dalam menjelaskan tentang rukun dan syarat akad terjadi perbedaan pendapat ulama. Perbedaan pendapat ini terjadi karena berbedanya mereka dalam mendefinisikan rukun dan syarat. Rukun menurut Hanafiyah adalah: “Apa yang keberadaannya tergantung kepada sesuatu dan ia merupakan bagian dari hakikat sesuatu”, maka yang menjadi rukun akad di kalangan Hanafiyah adalah shighat akad yaitu ijab dan kabul, karena hakikat dari akad ialah ikatan antara ijab dan kabul. Namun menurut golongan Hanafiyah, ‘aqid dan ma’qud ‘alaih tidak termasuk rukun karena kedua unsur ini merupakan sesuatu yang berada diluar esensi akad. Menurut mereka ‘Aqid dan Ma’qud ‘alaih termasuk kedalam syarat-syarat akad (Rozalinda, 2005: 42).

Sedangkan rukun menurut jumbuh fuqaha selain Hanafiyah adalah: “Apa yang keberadaannya tergantung kepada sesuatu ia bukan bagian dari hakikat sesuatu. Maka yang menjadi rukun akad dikalangan Jumbuh ada tiga yaitu ‘Aqid (orang yang berakad), Ma’qud ‘alaihi (objek akad), dan Shighad aqad. Adapun syarat-syarat akad adalah sebagai berikut:

1. ‘Aqid (orang yang berakad), diisyaratkan baligh berakal atau cukup hukum.
2. Ma’qud ‘alaihi (obyek akad), sesuatu yang diakadkan ada ketika akad, obyek akad adalah sesuatu yang di bolehkan oleh syari’at, dapat diserahkan terimakan ketika akad, maka tidak sah melakukan akad pada sesuatu yang tidak dapat

diserah terimakan, contohnya jual beli burung diudara, obyek yang diadakan diketahui oleh pihak-pihak yang berakad, dan jelas kegunaan pada obyek yang diadakan tersebut.

3. *Shigat* akad, merupakan sesuatu yang besumber dari dua orang yang melakukan akad yang menunjukkan tujuan kehendak batin mereka yang melakukan akad.

Shigat terdiri dari ijab dan qabul. Ijab merupakan pernyataan yang menunjukkan kerelaan yang terjadi lebih awal dari seseorang yang berakad. Maka perkataan pertama di dalam jual beli dinamakan ijab, baik yang berasal dari pembeli ataupun dari penjual. Bila penjual mengawali dengan perkataan “*saya jual*” dinamakan ijab, atau pembeli yang mengawali “*saya beli*” juga dinamakan dengan ijab. Sedangkan qabul adalah sesuatu ungkapan perkataan disebutkan kemudian yang berasal dari salah satu pihak yang berakad yang menunjukkan kesepakatan dan kerelaannya sebagai jawaban dari ucapan pertama. Kabul adakalanya berasal dari penjual dan adakalanya berasal dari pembeli ketika akad berlangsung, misalnya dengan kalimat “*saya terima barangnya*” (Putra, 2019).

Terkait dengan rukun akad, penjualan online baik yang berbasis media sosial ataupun media lainnya diharamkan apabila memenuhi beberapa kriteria di bawah ini:

1. Pertama, Sistemnya haram, contohnya ialah perjudian online.
2. Kedua, Barang atau pun jasa yang ditawarkan oleh pembeli ialah barang atau jasa yang diharamkan syariat Islam.

3. Ketiga, Terdapat pelanggaran perjanjian atau terjadinya unsur penipuan. Hal ini banyak terjadi pada penjualan online berbasis media sosial, di mana barang yang ditawarkan di media sosial seringkali berbeda dengan barang yang diterima oleh konsumen. Apabila terindikasi unsur penipuan, maka bentuk jual beli tersebut status hukumnya adalah haram.

Adapun bentuk akad transaksi jual beli yang dapat diadopsi dalam transaksi online ialah *Bai' Al-Murabahah* (biasa disebut murabahah) dan *Bai' Al-Salam* (biasa disebut salam). Berikut penjelasannya dibawah ini:

1. *Bai' Al-Murabahah*

Adalah akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam *Bai' Al-Murabahah*, penjual harus memberi tahu harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Pada saat ini inilah produk akad jual beli yang paling banyak digunakan, karena inilah praktik yang paling mudah dalam implementasinya dibandingkan dengan produk pembiayaan yang lainnya. Adapun dasar hukum dari Bai' Al-Murabahah:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ

مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba yakni melakukan transaksi riba dengan mengambil atau menerima kelebihan di atas modal dari orang yang butuh dengan mengeksploitasi atau memanfaatkan kebutuhannya, tidak dapat berdiri, yakni melakukan aktivitas, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Mereka hidup dalam kegelisahan; tidak tenteram jiwanya, selalu bingung, dan berada dalam ketidakpastian, sebab pikiran dan hati mereka selalu tertuju pada materi dan penambahannya. Itu yang akan mereka alami di dunia, sedangkan di akhirat mereka akan dibangkitkan dari kubur dalam keadaan sempoyongan, tidak tahu arah yang akan mereka tuju dan akan mendapat azab yang pedih. Yang demikian itu karena mereka berkata dengan bodohnya bahwa jual beli sama dengan riba dengan logika bahwa keduanya sama-sama menghasilkan keuntungan. Mereka beranggapan seperti itu, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Substansi keduanya berbeda, sebab jual beli menguntungkan kedua belah pihak (pembeli dan penjual), sedangkan riba sangat merugikan salah satu pihak. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, setelah sebelumnya dia melakukan transaksi riba, lalu dia berhenti dan tidak melakukannya lagi, maka apa yang telah diperolehnya dahulu sebelum datang larangan menjadi miliknya, yakni riba yang sudah diambil atau diterima sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan, dan urusannya kembali kepada Allah. Barang siapa mengulangi transaksi riba setelah peringatan itu datang maka mereka itu penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya untuk selamanya. Allah memusnahkan harta yang diperoleh dari hasil praktik riba sedikit demi sedikit sampai akhirnya

habis, atau menghilangkan keberkahannya sehingga tidak bermanfaat dan menyuburkan sedekah yakni dengan mengembangkan dan menambahkan harta yang disedekahkan, serta memberikan keberkahan harta, ketenangan jiwa dan ketenteraman hidup bagi pemberi dan penerima. Allah tidak menyukai dan tidak mencurahkan rahmat-Nya kepada setiap orang yang tetap dalam kekafiran karena mempersamakan riba dengan jual beli dengan disertai penolakan terhadap ketetapan Allah, dan tidak mensyukuri kelebihan nikmat yang mereka dapatkan, bahkan menggunakannya untuk menindas dan mengeksploitasi kelemahan orang lain, dan Allah tidak menyukai setiap orang yang bergelimang dosa karena praktik riba tidak hanya merugikan satu orang saja, tetapi dapat meruntuhkan perekonomian yang dapat merugikan seluruh warga masyarakat”. (QS. Al-Baqarah: 275).

Sedangkan dari Hadits:

“Dari Suhaib Ar-Rumi R.A. bahwa Rasulullah saw. bersabda, *“Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaraddah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual”* (HR. Ibnu Majah).

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (marjin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk natural certainty contracts, karena dalam murabahah ditentukan berapa required rate of profitnya (keuntungan yang ingin diperoleh). Karena dalam definisinya disebut adanya “keuntungan yang disepakati”, karakteristik murabahah adalah si penjual harus memberi tahu

pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut. Besaran harga jual harus sama-sama disepakati oleh kedua belah pihak, sehingga terjadi transaksi yang ridha sama ridha antara si penjual dan si pembeli.

Misalnya Ahsan membeli telpon genggam seharga 500 ribu rupiah, biaya-biaya yang dikeluarkan sebesar 50 ribu rupiah, maka ketika menawarkan telpon genggamnya, ia mengatakan : *“saya jual telpon genggam ini 750 ribu rupiah, saya mengambil keuntungan 200 ribu rupiah.”*

Rukun dari akad Murabahah yang harus dipenuhi dalam transaksi, yaitu:

1. Pelaku akad, yaitu *bai'* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan musytari (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
2. Objek akad, yaitu *mabi'* (barang dagangan) dan thaman (harga).
3. Shighah, yaitu ijab dan qabul.

Syarat *Bai' Al-Murabahah* adalah:

1. Penjual harus memberi tahu biaya modal kepada nasabah.
2. Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
3. Kontrak harus bebas dari riba.

4. Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
5. Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian. Secara prinsip, jika syarat (1), (4), atau (5) tidak dipenuhi, pembeli memiliki pilihan yaitu: melanjutkan pembelian seperti apa adanya, kembali kepada penjual, menyatakan ketidaksetujuan atas barang yang dijual, dan membatalkan kontrak.

Bai' Al-Murabahah memberi banyak manfaat kepada penjual. Salah satunya adalah keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjual dengan harga jual kepada nasabah. Selain itu, sistem ini juga sangat sederhana, hal tersebut memudahkan penanganan administrasinya oleh penjual. Hal tersebutlah yang menjadi salah satu alasan mengapa akad *bai' Al-murabahah* dapat dipergunakan dalam penjualan online berbasis media sosial. Salah satu hal yang perlu dihindari oleh konsumen ialah apabila ada penjual yang menawarkan produk yang harganya jauh di bawah harga pasar. Misalkan ada pihak yang menawarkan penjualan telepon pintar ataupun tablet yang apabila kita beli di pasaran berkisar di atas lima juta kemudian ditawarkan hanya dengan harga satu juta saja. Perbedaan harga yang terlalu jauh dapat mengindikasikan kemungkinan terjadinya penipuan dalam transaksi penjualan tersebut. Namun apabila terjadi perbedaan harga yang masih dalam batas wajar, maka transaksi tersebut masih diperkenankan.

Beberapa hal yang dapat menjadi alasan mengapa seringkali penjualan online berbasis media sosial dapat lebih murah dibandingkan dengan penjualan langsung atau konvensional:

- a. Terjadinya penghematan biaya, karena alokasi dana yang awalnya dialokasikan untuk menyewa toko atau kios dapat dialokasikan untuk menambah barang.
- b. Jangkauan jaringan yang lebih luas.
- c. Meminimalkan biaya promosi dan Pengaruh *word of mouth*.

2. *Bai' Al-Salam*

Kemudian akad kedua yang mungkin dapat dipergunakan dalam penjualan online terutama yang berbasis kepada media sosial ialah *Bai' Al-Salam*. Dalam pengertian sederhana, *Bai' Al-Salam* berarti pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan pada saat awal transaksi dilakukan. Barang yang diperjual belikan belum tersedia pada saat transaksi dan harus diproduksi terlebih dahulu, seperti produk-produk pertanian dan produk-produk fungible (barang yang dapat diperkirakan dan diganti sesuai berat, ukuran dan jumlahnya) lainnya. Barang-barang non-fungible seperti batu mulia, lukisan berharga, dan lain-lain yang merupakan barang langka tidak dapat dijadikan objek salam. Risiko terhadap barang yang diperjual belikan masih berada pada penjual sampai waktu penyerahan barang. Pihak pembeli berhak untuk meneliti dan dapat menolak barang yang akan diserahkan apabila tidak sesuai dengan spesifikasi awal yang disepakati.

Jual beli salam diperbolehkan oleh Rasulullah SAW dengan beberapa syarat yang harus dipenuhi. Tujuan utama dari jual beli salam adalah untuk memenuhi kebutuhan para petani kecil yang memerlukan modal untuk memulai masa tanam dan untuk menghidupi keluarganya sampai waktu panen tiba. Setelah pelarangan riba, mereka tidak dapat lagi mengambil pinjaman ribawi untuk keperluan ini sehingga diperbolehkan mereka untuk menjual produknya di muka.

Salam bermanfaat bagi penjual karena mereka menerima pembayaran di muka. Salam juga bermanfaat bagi pembeli karena pada umumnya harga dengan akad salam lebih murah daripada harga dengan akad tunai. Transaksi salam sangat populer pada zaman Imam Abu Hanifah (80-150 H). Imam Abu Hanifah meragukan keabsahan kontrak tersebut yang mengarah kepada perselisihan. Oleh karena itu, beliau berusaha menghilangkan kemungkinan adanya perselisihan dengan merinci lebih khusus apa yang harus diketahui dan dinyatakan dengan jelas di dalam kontrak, seperti jenis komoditi, mutu, kuantitas, serta tanggal dan tempat pengiriman.

Ibnu ‘Abbas meriwayatkan bahwa Rasulullah saw. datang ke Madinah di mana penduduknya melakukan salaf (salam) dalam buah-buahan (untuk jangka waktu) satu, dua dan tiga tahun. Beliau berkata : *“Barangsiapa yang melakukan salaf (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula, untuk jangka waktu yang diketahui”*.

Diperbolehkannya salam sebagai salah satu bentuk jual beli merupakan pengecualian dari jual beli secara umum yang melarang jual beli forward sehingga kontrak salam memiliki syarat-syarat ketat yang harus dipenuhi, antara lain:

1. Pembeli harus membayar penuh barang yang dipesan pada saat akad salam ditandatangani.
2. Salam hanya boleh digunakan untuk jual beli komoditas yang kualitas dan kuantitasnya dapat ditentukan dengan tepat.
3. Salam tidak dapat dilakukan untuk jual beli komoditas tertentu atau produk dari lahan pertanian atau peternakan tertentu.
4. Kualitas dari komoditas yang akan dijual dengan akad salam perlu mempunyai spesifikasi yang jelas tanpa keraguan yang dapat menimbulkan perselisihan. Semua yang dapat dirinci harus disebutkan secara eksplisit.
5. Ukuran kuantitas dari komoditas perlu disepakati dengan tegas.
6. Tanggal dan tempat penyerahan barang yang pasti harus ditetapkan dalam kontrak.
7. Salam tidak dapat langsung dilakukan untuk barang-barang yang harus diserahkan langsung.

Namun demikian, terdapat juga syarat-syarat lain yang menjadi titik perbedaan antar mazhab. Syarat-syarat tersebut antara lain:

1. Pertama, menurut mazhab Hanafi, komoditas yang akan dijual dengan akad salam tetap tersedia di pasar semenjak akad efektif sampai saat penyerahan. Jika komoditas tersebut tidak tersedia di pasar pada saat akad efektif, salam tidak dapat dilakukan meskipun perkiraan komoditas tersebut akan tersedia di pasar pada saat penyerahan. Namun, ketiga mazhab lain (Syafi'i, Maliki, dan Hambali) berpendapat bahwa ketersediaan komoditas pada saat akad efektif bukan merupakan syarat sahnya akad salam. Yang penting bahwa komoditas tersebut tersedia pada saat penyerahan. Pendapat ini dapat diterapkan untuk kondisi sekarang.

2. Kedua, menurut mazhab Hanafi dan Hambali, waktu penyerahan minimal satu bulan dari tanggal efektif. Jika waktu penyerahan ditetapkan kurang dari satu bulan, maka akad salam tidak sah. Mereka berargumen bahwa salam diperbolehkan untuk memenuhi kebutuhan petani dan pedagang kecil sehingga kepada mereka seharusnya diberi kesempatan yang cukup untuk mendapatkan komoditas dimaksud. Imam Malik mendukung pendapat bahwa harus ada jangka waktu minimum tertentu dalam akad salam. Namun beliau berpendapat bahwa jangka waktunya tidak kurang dari 15 hari karena harga di pasar dapat berubah dalam waktu semalam.

Pendapat ini ditentang oleh beberapa ahli hukum fiqh yang lain, seperti Imam Syafi'i dan beberapa ulama Hanafi. Mereka

mengatakan bahwa Rasulullah SAW tidak menetapkan periode minimum sebagai syarat sahnya akad salam. Satu-satunya syarat yang disebutkan dalam hadits adalah bahwa waktu penyerahan harus ditetapkan secara tegas sehingga tidak boleh ada batas waktu minimum. Para pihak dapat menetapkan tanggal penyerahan kapan saja mereka setuju bersama. Pendapat ini lebih sesuai untuk kondisi saat ini karena Rasulullah SAW tidak menetapkan periode minimum.

Banyak orang yang menyamakan *Bai' Al-Salam* dengan *Ijon*, padahal terdapat perbedaan besar di antara keduanya. Dalam *Ijon*, barang yang dibeli tidak diukur atau ditimbang secara jelas dan spesifik. Demikian juga penetapan harga beli, sangat bergantung kepada keputusan sepihak si tengkulak yang seringkali sangat dominan dan menekan petani yang posisinya lebih lemah.

Adapun transaksi *Bai' Al-Salam* mengharuskan adanya dua hal berikut:

- a. Pengukuran dan spesifikasi barang yang jelas. Hal ini tercermin dari hadits Rasulullah yang diriwayatkan oleh Ibnu Abbas, “Barangsiapa melakukan transaksi salaf (salam), hendaklah ia melakukan dengan takaran yang jelas, timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang jelas pula.”
- b. Adanya keridhaan yang utuh antara kedua belah pihak. Hal ini terutama dalam menyepakati harga.

Penjualan online terutama yang berbasis media sosial memiliki beberapa manfaat baik bagi pembeli maupun penjual, yaitu:

- a. Jam buka yang bersifat 24 jam, dengan menggunakan penjualan online penjual dapat menjual berbagai produk yang dimiliki 24 jam sehari. Hal ini berbeda dengan penjualan konvensional yang mungkin hanya memiliki waktu misalkan dari jam 9 pagi sampai dengan jam 10 malam. Sehingga hal ini akan memberi manfaat baik kepada penjual maupun kepada pembeli yang membutuhkan suatu produk.
- b. Lebih mudah dan lebih cepat untuk menemukan berbagai macam produk yang dibutuhkan oleh pembeli.
- c. Proses perbandingan harga yang mudah dan cepat dilakukan. Melalui penjualan on-line, calon pembeli dapat melakukan perbandingan harga pada berbagai macam barang yang ditawarkan dengan lebih mudah dan cepat.
- d. Mudah dilaksanakan oleh siapapun. Seringkali salah satu alasan orang enggan melakukan penjualan secara tatap muka ialah terkait dengan kurang percaya dirinya ia apabila berhadapan dengan pembeli secara langsung.
- e. Investasi yang lebih murah. Melalui penjualan online berbasis media sosial, penjual tidak perlu mengeluarkan dana investasi yang cukup besar untuk menyewa toko/outlet dan mempekerjakan karyawan.

Selain kelebihan yang dimiliki penjualan online terutama yang berbasis media sosial tersebut, terdapat beberapa kelemahan yang muncul dari penjualan online, yaitu:

- a. Pembeli tidak dapat melakukan *cash and carry* dari produk yang mereka beli.
- b. Pembeli tidak dapat memperhatikan detail dari produk yang ingin mereka beli, hal inilah yang menjadi salah satu keunggulan dari penjualan langsung (*konvensional*) di mana pembeli dapat memperhatikan detail barang dari produk yang akan mereka beli.

Terdapat beberapa permasalahan yang mungkin muncul dalam penjualan online berbasis media sosial yaitu:

- a. Kualitas produk yang tidak pasti. Karena calon pembeli tidak dapat memperhatikan detail dari produk yang akan mereka beli, dapat mungkin terjadi kualitas produk yang mereka beli jauh lebih rendah dibandingkan dengan ekspektasi kualitas yang diinginkan oleh calon pembeli.
- b. Potensi menipu dari penjual. Hal ini menjadi salah satu masalah yang mungkin muncul dalam media sosial, yaitu adanya penawaran barang yang hendak menipu pembeli misalkan dengan menawarkan seperangkat telepon pintar dengan potongan harga lebih dari 50 persen dibandingkan dengan harga pasar.
- c. Potensi menipu dari pembeli. Selain dari penjual, potensi menipu juga dapat muncul dari si calon pembeli.

Melihat pada permasalahan yang mungkin muncul dalam penjualan online tersebut, perlu dilakukan beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meminimalisir berbagai permasalahan tersebut, antara lain:

- a. Dalam penjualan online harus menampilkan secara utuh penampilan dan spesifikasi dari barang yang dijual. Oleh karenanya dalam situs jual beli, biasanya penampilan dari suatu produk yang dijual dapat dilihat dari berbagai sisi.
- b. Hak pilih (khiyar) bagi pembeli jika ternyata barang yang diterima berbeda spesifikasinya dengan yang ditampilkan pada iklan, termasuk adanya garansi pada barang-barang seperti elektronik dan komputer.
- c. Menggunakan media pembayaran yang aman, hal ini bertujuan untuk melindungi baik dari sisi pembeli maupun penjual.

Dengan melihat berbagai penjelasan di atas, penjualan on-line merupakan hal yang dapat diperkenankan sesuai dengan kemajuan dan perkembangan teknologi, mengingat banyaknya manfaat yang dapat diperoleh dari model penjualan seperti ini. Namun yang perlu diingat baik oleh penjual maupun pembeli ialah prinsip kehati-hatian untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya penipuan baik dari sisi penjual maupun dari sisi pembeli.

Secara umum penjualan online berbasis media sosial oleh penjual dapat dipergunakan bagi satu-satunya metode penjualan yang dilakukan oleh si penjual. Penjual hanya memanfaatkan

penjualan online berbasis media sosial sebagai ujung tombak penjualan yang dilakukan. Dalam hal ini, penjual memanfaatkan berbagai media sosial yang dipergunakan untuk menjual secara online berbagai produk yang ingin ditawarkan kepada para calon pembeli potensial. Apabila penjual hanya memanfaatkan media sosial sebagai satu-satunya metode penjualan, maka si penjual harus rajin untuk selalu melakukan pembaharuan ataupun memposting ulang atas berbagai display yang ditawarkan, hal ini agar calon pembeli potensial dapat terus ingat dengan produk yang ditawarkan oleh si penjual.

Penjualan online sebagai salah satu penunjang metode penjualan oleh penjual. Pada hal yang kedua ini, penjual memiliki toko atau outlet fisik yang dipergunakan untuk display produk-produk yang ditawarkan sehingga calon pembeli yang kurang yakin dengan tampilan di media sosial dapat langsung mengunjungi toko atau outlet fisik, penjualan online sebagai salah satu penunjang ataupun metode penjualan yang dipergunakan untuk memperluas jangkauan jaringan (Rianto, 2013).

2.2.3 Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam

Penjualan online merupakan salah satu jenis transaksi jual beli yang menggunakan media internet dalam penjualannya, pada saat ini yang paling banyak dilakukan adalah berbasis media sosial seperti *Facebook, Twiter, WhatsApp, Instagram* dan media sosial lainnya untuk memasarkan produk yang mereka jual. Saat ini penjualan online merupakan salah satu bentuk jenis transaksi yang

banyak dipergunakan dalam jual beli. Kemudian bagaimanakah perspektif ekonomi Islam dalam memandang penjualan online yang saat ini sudah menjadi suatu hal sudah sangat lumrah yang dilakukan dalam transaksi jual beli, terutama kepada penjualan online yang berbasis media sosial.

Untuk menjawabnya, harus ditelusuri apakah dalam penjualan online sudah memenuhi rukun rukun akad yang sesuai dengan aturan fiqih. Sebagaimana yang diketahui ada empat rukun akad, yaitu:

- (a) ada pihak-pihak yang berakad;
- (b) adanya ijab dan qabul;
- (c) adanya objek akad;
- (d) tujuan pokok akad itu dilakukan.

Pihak pihak yang berakad dalam jual beli online sudah jelas , yaitu ada yang bertindak sebagai penjual dan ada yang bertindak sebagai pembeli. Sighah dalam penjualan online biasanya berupa syarat dan kondisi yang disetujui oleh konsumen. Syarat dan kondisi yang dipahami dapat disetujui sebagai sebuah sighah yang harus di pahami baik oleh produsen maupun oleh konsumen.

Dalam hal penjualan online bentuk sighah yang dilakukan adalah dengan cara tulisan. Contohnya apabila kita membeli suatu program pada telepon pintar (*smart phone*) maka akan ada pilihan bahwa konsumen telah membaca dan menyetujui aturan dan perjanjian yang telah dibuat. Syarat dan kondisi ini merupakan sighah yang harus dipahami baik oleh produsen maupun konsumen dalam penjualan online. Begitu pula apabila kita melakukan

transaksi dengan menggunakan media sosial, penjual harus menulis kondisi dan syarat apa saja yang terdapat dalam transaksi tersebut, sehingga terdapat keterbukaan antara penjual dan pembeli. Kemudian rukun akad yang ketiga adalah obyek akad dalam transaksi, dalam penjualan online obyek akad harus jelas dan barang harus secara sempurna dimiliki oleh penjual. Tidak boleh dalam penjualan online, maupun penjualan tatap muka, barang belum dikuasai secara sempurna oleh si penjual. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi penipuan oleh si penjual. Penjual dalam penjualan online harus secara jelas menulis berbagai spesifikasi dari barang yang dijual termasuk segala kekurangan dari barang yang dijual tersebut jika ada.

Rukun akad yang terakhir adalah tujuan dari akad tersebut harus sesuai dengan sya'riat. Sehingga penjualan online tidak boleh menjual barang yang tidak sesuai dengan aturan sya'riat. Mialnya pada situs yang memperjual belikan senjata, narkoba, atau video porno. Bentuk transaksi tersebut tidak diperbolehkan karena bertentangan dengan sya'riat Islam.

Terkait dengan rukun akad, penjualan on-line baik yang berbasis media sosial ataupun media lainnya diharamkan apabila memenuhi beberapa kriteria di bawah ini: Pertama, sistemnya haram, contohnya adalah perjudian online. Kedua, barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh pembeli adalah barang atau jasa yang diharamkan oleh aturan sya'riat Islam. Ketiga, terdapat pelanggaran perjanjian atau terjadinya unsur penipuan. Hal ini banyak terjadi

pada penjualan online berbasis media sosial, dimana barang yang ditawarkan di media sosial seringkali berbeda dengan barang yang diterima oleh konsumen. Apa bila terindikasi unsur penipuan, maka status jual beli tersebut dalam hukum Islam adalah haram (Rianto, 2013).

Adapun bentuk akad yang dapat diadopsi dalam transaksi jual beli online ini adalah, *bay' al murabahah* dan (biasa disebut *murabahah*) dan *bay' assalam* (biasa disebut *salam*). *Bay' al murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam *bay' al murabahah*, penjual harus memberi tahu harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Pada saat ini, inilah akad jual beli yang paling banyak digunakan, karena inilah praktik yang paling mudah implementasinya dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya. Adapun dasar hukum *Bai' Al-Murabahah* adalah:

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila . yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah mengahalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya,lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya terserah kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itulah penghuni neraka mereka kekal di dalamnya”.

Sedangkan dasar hukum dari hadis adalah:

“Dari Suhaib ar-Rumi r.a bahwa Rasulullah S.A.W bersabda: Tiga hal yang didalamnya terdapat keberkahan: Jual beli secara tangguh, muqaraddah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual”(H.R. Ibnu Majah).

Murabahah adalah jual beli dengan harga pembelian penjual bersama tambahan keuntungan yang diketahui misalnya 500. Dengan demikian jual beli murabahah merupakan akad jual beli dengan modal pokok ditambah keuntungan, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang (modal) kepada pembeli. Seperti perkataan *“saya beli barang ini Rp100, maka berilah aku laba Rp100,- atau Rp200”*.

Syarat murabahah ini adalah:

1. Harga pokok diketahui oleh pembeli kedua, jika harga pokok tidak diketahui maka jual beli murabahah menjadi *fasid*.
2. Keuntungan diketahui, karena keuntungan merupakan bagian dari harga.
3. Modal merupakan mal misliyyat (benda yang ada perbandingannya di pasaran) seperti benda yang diukur, benda yang ditimbang dan benda yang dihitung.
4. Murabahah tidak boleh dilakukan terhadap harta riba dan memunculkan riba karena dinisbahkan pada harga pokok, seperti seseorang membeli barang yang ditakar atau ditimbang dengan jenis yang sama, maka tidak boleh baginya

menjual barang tersebut secara murabahah. Karena murabahah adalah jual beli dengan harga pokok dan tambahan laba. Sedangkan tambahan pada harta riba adalah riba, bukan laba.

5. Akad yang pertama dilakukan adalah sah, jika akad pertama fasid maka murabahah tidak boleh dilakukan (Putra, 2019).

Murabahah memberi manfaat kepada penjual. Salah satunya adalah keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjual dengan harga jual kepada nasabah. Selain itu, system ini juga sangat sederhana, hal tersebut memudahkan penanganan admisnistrasinya oleh penjual. Hal tersebutlah yang menjadi salah satu alasan mengapa akad murabahah dapat digunakan dalam jual beli online berbasis media sosial. Salah satu hal yang perlu dihindari oleh konsumen ialah apabila ada penjual yang menawarkan produk yang harganya jauh dibawah harga pasar, kemungkinan adanya penipuan dalam proses transaksi tersebut. Namun apabila ada perbedaan harga dalam batas yang wajar, maka transaksi tersebut masih diperkenankan (Rianto, 2013).

Beberapa hal yang menjadi alasan mengapa transaksi jual beli online berbasis media sosial dapat lebih murah dibandingkan dengan penjualan langsung atau konvensional:

1. Terjadinya penghematan biaya, karena alokasi dana awal untuk sewa toko dapat di alihkan pada penambahan barang.
2. Jangkauan jaringan yang lebih luas.
3. Meminimalkan biaya promosi.

4. Pengaruh dari mulut ke mulut (word of mouth).

Kemudian akad kedua yang mungkin digunakan dalam transaksi jual beli online khususnya yang berbasis media sosial adalah akad *bay'as-salam*, *as-salam* merupakan istilah dalam bahasa Arab yang mengandung makna penyerahan. Secara sederhana transaksi *as-salam* merupakan pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka. Menurut Al-Qurtubi, *as-salam* merupakan transaksi jual beli atas sesuatu yang diketahui dan masih berada dalam tanggungan dengan kriteria-kriteria tertentu dan diserahkan kemudian dengan pembayaran harga tunai atau segera (Muttaqin, 2009: 10).

Barang yang diperjual belikan belum tersedia pada saat transaksi dan harus di produksi terlebih dahulu, seperti produk-produk pertanian dan produk-produk *fungible* (barang yang dapat diperkirakan dan dapat diganti sesuai berat, ukuran dan jumlahnya). Barang-barang *non fungible* seperti batu mulia, lukisan berharga dan lain-lain yang merupakan barang langka tidak dapat dijadikan obyek salam. Resiko terhadap barang yang diperjual belikan masih berada pada penjual sampai waktu penyerahan barang. Pihak pembeli dapat meneliti dan berhak menolak barang yang diserahkan apabila tidak sesuai dengan spesifikasi awal yang telah disepakati (Fielnanda, 2018). Dasar hukumnya ada pada firman Allah S.W.T yaitu sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ

وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْحَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِن كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَن يُجِلَّ هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيَّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِن لَّمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَن تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْأَمُوا أَن تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَفْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَن تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِن تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ٢٨٢

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu pembayaran yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya untuk melindungi hak masing-masing dan untuk menghindari perselisihan. Dan hendaklah seorang yang bertugas sebagai penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar, jujur, dan adil, sesuai ketentuan Allah dan peraturan perundangan yang berlaku dalam masyarakat. Kepada para penulis diingatkan agar janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagai tanda syukur, sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya kemampuan membaca dan menulis, maka hendaklah dia menuliskan sesuai dengan pengakuan dan pernyataan pihak yang berutang dan disetujui oleh pihak yang mengutang. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan apa yang telah disepakati untuk ditulis, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhan Pemelihara-nya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun daripada utangnya, baik yang berkaitan dengan kadar utang, waktu, cara pembayaran, dan lain-lain yang dicakup oleh kesepakatan. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, tidak pandai mengurus harta karena suatu dan lain sebab, atau lemah keadaannya, seperti sakit atau sangat tua, atau tidak mampu

mendiktekan sendiri karena bisu atau tidak mengetahui bahasa yang digunakan, atau boleh jadi malu, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar dan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada saksi dua orang laki-laki, atau kalau saksi itu bukan dua orang laki-laki, maka boleh seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi yang ada, yakni yang disepakati oleh yang melakukan transaksi. Hal tersebut agar jika yang seorang dari perempuan itu lupa, maka perempuan yang seorang lagi yang menjadi saksi bersamanya mengingatkannya. Dan sebagaimana Allah berpesan kepada para penulis, kepada para saksi pun Allah berpesan. Janganlah saksi-saksi itu menolak memberi keterangan apabila dipanggil untuk memberi kesaksian, karena penolakannya itu dapat merugikan orang lain. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, baik utang itu kecil maupun besar, sampai yakni tiba batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, yakni penulisan utang piutang dan persaksian yang dibicarakan itu, lebih adil di sisi Allah, yakni dalam pengetahuan-Nya dan dalam kenyataan hidup, dan lebih dapat menguatkan kesaksian, yakni lebih membantu penegakan persaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan terkait jenis utang, besaran dan waktunya. Petunjuk-petunjuk di atas adalah jika muamalah dilakukan dalam bentuk utang piutang, tetapi jika hal itu merupakan perdagangan berupa jual beli secara tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya, sebab memang pencatatan jual beli tidak terlalu penting dibanding transaksi utang-piutang. Dan dianjurkan kepadamu ambillah saksi apabila kamu berjual beli untuk menghindari perselisihan, dan janganlah penulis dipersulit dan begitu juga saksi oleh para pihak untuk memberikan keterangan dan kesaksian jika diperlukan, begitu juga sebaliknya para pencatat dan saksi tidak boleh merugikan para pihak. Jika kamu, wahai para

penulis dan saksi serta para pihak, lakukan yang demikian, maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertakwalah kepada Allah dan rasakanlah keagunganNya dalam setiap perintah dan larangan, Allah memberikan pengajaran kepadamu tentang hak dan kewajiban, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu. Tuntunan pada ayat yang lalu mudah dilaksanakan jika seseorang tidak sedang dalam perjalanan. Jika kamu dalam perjalanan dan melakukan transaksi keuangan tidak secara tunai, sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis yang dapat menulis utang piutang sebagaimana mestinya, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang oleh yang berpiutang atau meminjamkan. Tetapi menyimpan barang sebagai jaminan atau menggadaikannya tidak harus dilakukan jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain. Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya, utang atau apa pun yang dia terima, dan hendaklah dia yang menerima amanat tersebut bertakwa kepada Allah, Tuhan Pemelihara-nya. Dan wahai para saksi, janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, yakni jangan mengurangi, melebihi, atau tidak menyampaikan sama sekali, baik yang diketahui oleh pemilik hak maupun yang tidak diketahuinya, karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor, karena bergelimang dosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan, sekecil apa pun itu, yang nyata maupun yang tersembunyi, yang dilakukan oleh anggota badan maupun hati". (Q.S. Al-Baqarah: 282).

Jual beli salam di perbolehkan oleh Rasulullah S.A.W dengan beberapa syarat yang harus dipenuhi. Tujuan utama dari jual beli salam adalah untuk memenuhi kebutuhan para petani kecil yang memerlukan modal untuk memulai masa tanam dan untuk menghidupi keluarganya sampai waktu panen tiba. Setelah larangan

riba, mereka tidak dapat lagi mengambil pinjaman ribawi untuk keperluan ini sehingga diperbolehkan mereka untuk menjual produknya dimuka. Salam bermanfaat bagi penjual karena mereka menerima pembayaran dimuka. Salam juga bermanfaat bagi pembeli karena pada umumnya harga dengan akad salam lebih murah dari pada harga dengan akad tunai.

Ibnu ‘Abbas meriwayatkan bahwa Rasulullah S.A.W datang ke Kota Madinah dimana penduduknya sedang melakukan jual beli salam pada buah-buahan dalam jangka waktu satu, dua, dan tiga tahun. Beliau berkata, *“Barang siapa yang melakukan salam, hendaklah ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula, untuk jangka waktu yang diketahui”* (Rianto, 2013). Disamping itu juga ada rukun dan syarat yang harus dipenuhi dalam jual beli salam, di antaranya:

Rukun jual beli Salam menurut Jumhur ulama, selain Imam Hanafiyah, terdiri atas:

1. Orang yang berakad baligh dan berakal.
2. Barang yang dipesan harus jelas ciri-cirinya, waktunya, harganya.
3. Ijab dan Kabul.

Sementara syarat-syaratnya terdiri atas:

1. Syarat yang terkait dengan modal atau harga, harus jelas dan terukur, berapa harga barangnya, berapa uang mukanya dan berapa lama, sampai pembayaran terakhirnya.

2. Syarat yang berhubungan dengan barang (*obyek*) *as-salam*, harus jelas jenis, ciri-cirinya, kualitas dan kuantitasnya (Hasan, 2004: 145).

Penjualan online terutama yang berbasis media sosial memiliki beberapa keunggulan dan manfaat baik bagi penjual maupun bagi pembeli, yaitu:

1. Jam buka yang bersifat 24 jam, dengan menggunakan penjualan online penjual bisa menjual berbagai produk yang dimiliki 24 jam sehari.
2. Lebih mudah dan lebih cepat untuk menemukan berbagai macam produk yang kita butuhkan.
3. Proses perbandingan harga yang mudah dan cepat untuk dilakukan.
4. Mudah dilaksanakan oleh siapapun.
5. Investasi yang lebih murah, maksudnya penjual tidak susah membuat toko dan mempekerjakan karyawan.

Namun disamping keunggulan tersebut terdapat beberapa kelemahan yang kita dapatkan dalam transaksi jual beli online, di antaranya:

1. Kualitas produk yang tidak pasti.
2. Potensi menipu dari penjual.
3. Potensi menipu dari pembeli.

Melihat pada permasalahan yang mungkin muncul dalam penjualan online tersebut, perlu dilakukan beberapa strategi yang

dapat dilakukan untuk meminimalisir berbagai permasalahan tersebut, antara lain:

1. Dalam penjualan online harus menampilkan secara utuh penampilan dan spesifikasi dari barang yang dijual, oleh karenanya dalam situs jual beli, biasanya penampilan dari suatu produk dapat dilihat dari berbagai sisi.
2. Hak pilih bagi pembeli jika barang yang diterima berbeda spesifikasinya dengan barang yang ditampilkan, termasuk kepada adanya garansi pada barang-barang elektronik dan komputer.
3. Menggunakan media pembayaran yang aman, hal ini bertujuan untuk melindungi dari sisi penjual ataupun pembeli (Putra, 2019).

Melihat dari penjelasan di atas, penjualan online merupakan hal yang dapat diperkenankan sesuai dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, mengingat banyaknya manfaat yang dapat diperoleh dari transaksi dari model penjualan seperti ini. Namun yang perlu diingat baik oleh penjual maupun oleh pembeli adalah prinsip kehati-hatian untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya penipuan baik dari sisi penjual maupun dari sisi pembeli.

2.3 Virus COVID-19

Virus corona adalah kelompok virus terbesar dalam *ordo Nidovirales*. Semua virus dalam *ordo Nidovirales* adalah *nonsegmented positive-sense RNA viruses*. Virus corona termasuk

dalam familia *Coronaviridae*, sub familia *Coronavirinae*, genus *Betacoronavirus*, subgenus *Sarbecovirus*. Pengelompokan virus pada awalnya dipilah ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan serologi tetapi sekarang berdasarkan pengelompokan *filogenetik*. Lebih jauh dijelaskan bahwa *Subgenus Sarbecovirus* meliputi Bat-SL-CoV, SARS-CoV dan 2019-nCoV. BatSL-CoV awalnya ditemukan di Zhejiang, Yunan, Guizhou, Guangxi, Shaanxi dan Hubei, China. Pengelompokan yang lain memperlihatkan bahwa virus corona grup beta meliputi *Bat coronavirus (BcoV)*, *Porcine hemagglutinating encephalomyelitis virus (HEV)*, *Murine hepatitis virus (MHV)*, *Human coronavirus 4408 (HCoV4408)*, *Human coronavirus OC43 (HCoV-OC43)*, *Human coronavirus HKU1 (HCoV-HKU1)*, *Severe acute respiratory syndrome coronavirus (SARSCoV)* dan *Middle Eastern respiratory syndrome coronavirus (MERS-CoV)*.

Virus corona berbentuk bulat dengan diameter sekitar 125 nm seperti yang digambarkan dalam penelitian menggunakan *cryo-electron microscopy*. Partikel virus corona mengandung empat protein struktural utama, yaitu protein S (*spike protein*) yang berbentuk seperti paku, protein M (*membrane protein*), protein E (*envelope protein*), dan protein N (*nucleocapsid protein*). Protein S (~150 kDa), protein M (~25– 30 kDa), protein E (~8–12 kDa), sedangkan protein N terdapat di dalam *nukleokapsid*. Analisis filogenetik mengungkapkan bahwa virus corona termasuk dalam *subgenus Sarbecovirus* dari genus *Betacoronavirus*, dengan panjang

cabang yang relatif panjang untuk kerabat terdekat bat-SL-CoVZC45 dan bat-SL-CoVZXC21, dan secara genetik berbeda dari SARS-CoV. Khususnya, pemodelan homologi mengungkapkan bahwa virus corona memiliki struktur *receptorbinding domain* yang sama dengan SARS-CoV, meskipun terdapat variasi asam amino pada beberapa residu utama. Meskipun virus corona lebih dekat ke bat-SL-CoVZC45 dan bat-SLCoVZXC21 di tingkat genom keseluruhan, tetapi melalui analisis filogenetik dari *receptor-binding domain* ditemukan bahwa virus corona lebih dekat dengan garis keturunan SARS-CoV. Dewasa ini, WHO memberi nama *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) yang menjadi penyebab penyakit COVID-19 (Parwanto, 2020).

Berdasarkan Panduan *Surveilans Global* WHO untuk novel *Corona-virus 2019* (COVID-19) per 20 Maret 2020, definisi infeksi COVID-19 ini diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Kasus Terduga (suspect case)
 - a. Pasien dengan gangguan napas akut (demam dan setidaknya satu tanda atau gejala penyakit pernapasan, seperti batuk, sesak napas), dan riwayat perjalanan atau tinggal di daerah yang melaporkan penularan di komunitas dari penyakit COVID-19 selama 14 hari sebelum onset gejala; atau
 - b. Pasien dengan gangguan napas akut dan mempunyai kontak dengan kasus terkonfirmasi atau probable

COVID-19 dalam 14 hari terakhir sebelum onset;
atau

- c. Pasien dengan gejala pernapasan berat (demam dan setidaknya satu tanda atau gejala penyakit pernapasan, seperti batuk, sesak napas DAN memerlukan rawat inap) DAN tidak adanya alternatif diagnosis lain yang secara lengkap dapat menjelaskan presentasi klinis tersebut.
2. Kasus probable (*probable case*)
 - a. Kasus terduga yang hasil tes dari COVID-19 inkonklusif; atau
 - b. Kasus terduga yang hasil tesnya tidak dapat dikerjakan karena alasan apapun.
3. Kasus terkonfirmasi yaitu pasien dengan hasil pemeriksaan laboratorium infeksi COVID-19 positif, terlepas dari ada atau tidaknya gejala dan tanda klinisnya (Agustin dkk, 2020).

2.4 Perilaku Pembelian Online

Menurut Jayanti (2015), perilaku konsumen adalah tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, layanan, dan sumber-sumber lainnya. Terdapat dua elemen penting dari arti perilaku konsumen, yaitu:

1. Proses pengambilan keputusan.
2. Kegiatan fisik yang melibatkan individu didalam menilai, mendapatkan, menggunakan barang, dan jasa ekonomis.

Widiyanto dan Prasilowati (2015), menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan tindakan atau perilaku seseorang dalam melakukan keputusan untuk memilih suatu produk baik dari sisi jenis maupun kuantitas produk itu sendiri. Proses keputusan itu sendiri paling tidak ada lima tahapan meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, penentuan pembelian dan perilaku pembelian. Yang umumnya merupakan kepuasan atas pemilihan keputusan yang diambil dan proses pengambilan keputusan yang selalu berhubungan dengan situasi yang tidak terduga dan sikap terhadap pembelian. Sementara itu, faktor-faktor yang memengaruhi pembelian umumnya berkaitan dengan perasaan dan emosi. Kemudian sikap merupakan suatu bentuk perasaan yang bersifat *favourable* atau *unfavourable*.

Dengan demikian, sikap pada dasarnya menunjukkan kondisi mental atau pun rasionalitas tertentu yang mencerminkan suatu pandangan pribadi mengenai suatu objek ataupun konsep. Pandangan tersebut dapat berupa pandangan yang positif (*beneficial*) dan pandangan yang negatif (*destruktif*). Selanjutnya sikap belanja online di sini merupakan faktor penyebab yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian online.

Breckler (1984), mengidentifikasi tiga dimensi sikap yaitu dimensi kognitif, dimensi afektif dan dimensi konatif. Dimensi kognitif adalah suatu dimensi yang mengacu pada keyakinan individu terhadap suatu objek. Dimensi afektif merupakan suatu dimensi yang melibatkan perasaan oleh stimulus dari dalam hati individu. Sementara itu, dimensi konatif berkaitan dengan kecenderungan seorang individu berperilaku atas suatu objek atau berhubungan dengan keinginan dan kemauan. Sikap belanja online ini pada dasarnya merupakan respon seseorang atas kegiatan transaksi pembelian. Respon ini boleh jadi bersifat menguntungkan atau malah merugikan.

Keller (1993), selanjutnya menambahkan bahwa sikap terhadap belanja online adalah mencerminkan tanggapan (respons) konsumen atas sistem belanja online yang ditawarkan. Kuat tidaknya keinginan seseorang untuk berbelanja secara online akan bergantung pada besar kecilnya manfaat yang diterima saat berbelanja secara online dibandingkan dengan risiko yang mungkin dialaminya.

2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online

Menurut Mujiyana (2013), secara umum keputusan adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan. Dengan kata lain untuk membuat keputusan harus terdapat alternatif pilihan. Sebaliknya jika konsumen tidak memiliki alternatif untuk memilih maka tidak dapat dikategorikan sebagai pengambilan keputusan.

Tidak semua konsumen dalam mengambil keputusan memerlukan tingkat pencarian informasi yang sama. Jika dalam pengambilan keputusan memerlukan usaha yang besar, maka konsumen perlu meluangkan waktu untuk melakukan proses keputusan. Sebaliknya untuk pembelian yang sifatnya rutin cenderung, maka merupakan peristiwa yang monoton dan menunjukkan berkurangnya tingkat kesenangan. Terdapat tiga tingkat pengambilan keputusan oleh konsumen dari usaha yang paling tinggi ke usaha yang paling rendah, yaitu : pemecahan masalah yang luas (*extensive problem solving*), pemecahan masalah yang terbatas (*limited problem solving*), dan perilaku respon yang rutin (*routinized response behavior*).

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual, atau tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli yang di mana konsumen benar-benar membeli. Belanja online adalah bentuk perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang digunakan pada transaksi *business-to-business* dan *business-to-consumer*. Ada beberapa keputusan membeli secara online yang dipengaruhi oleh:

1. Efisiensi untuk pencarian yaitu, termasuk waktu cepat, mudah dalam penggunaan, dan usaha pencarian yang mudah.
2. Nilai atau harga (*Value*) yaitu, harga bersaing dan kualitas baik.

3. Interaksi yaitu, Informasi, keamanan, load time, dan navigasi.

Dalam membeli suatu produk, konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja tetapi juga memperhatikan kelayakan harganya atau konsumen akan membeli suatu produk bermerek jika harganya dipandang layak untuk mereka. Setiap konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang berbeda, ada yang memiliki tingkat kepercayaan lebih tinggi dan ada pula yang memiliki tingkat kepercayaan lebih rendah. Hal tersebut disebabkan oleh kepercayaan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut dan manfaat dari berbagai atribut tersebut. Kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, yaitu atribut produk menggambarkan persepsi konsumennya. Bertransaksi secara online memiliki kepastian dan informasi yang tidak simetris. Oleh sebab itu harus ada rasa saling percaya antara penjual dan pembeli (Jayanti, 2015).

Terdapat banyak makalah yang menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen akan *e-commerce* merupakan salah satu faktor kunci. Kepercayaan awal, dan selanjutnya mengasumsikan bahwa apabila seorang konsumen menjalin suatu hubungan dan jejaring kerja yang baik pada toko *offline*, dapat meningkatkan percaya diri pada toko *online* tersebut. Kemudahan dalam mencari informasi tergantung dari *layout* halaman web. Jika *layout* cukup jelas, waktu yang diperlukan untuk *searching* dapat dipersingkat. Usaha untuk *searching* lebih mudah, sehingga efisiensi meningkat.

Informasi pada halaman web dihubungkan dengan beberapa komponen teks atau grafis. Bagaimana dan dimana komponen akan diletakan mempengaruhi navigasi *user* dan interaksi antara *user* dengan halaman web tersebut (Deavaj, 2003: 18).

Menurut Mujiyana (2013), secara umum keputusan adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan. Dengan kata lain untuk membuat keputusan harus terdapat alternatif pilihan. Sebaliknya jika konsumen tidak memiliki alternatif untuk memilih maka tidak dapat dikategorikan sebagai pengambilan keputusan. Tidak semua konsumen dalam mengambil keputusan memerlukan tingkat pencarian informasi yang sama. Jika dalam pengambilan keputusan memerlukan usaha yang besar, maka konsumen perlu meluangkan waktu untuk melakukan proses keputusan. Sebaliknya untuk pembelian yang sifatnya rutin cenderung, merupakan peristiwa yang monoton dan menunjukkan berkurangnya tingkat kesenangan. Terdapat 3 tingkat pengambilan keputusan oleh konsumen, dari usaha yang paling tinggi ke usaha yang paling rendah, yaitu : pemecahan masalah yang luas (*extensive problem solving*), pemecahan masalah yang terbatas (*limited problem solving*), dan perilaku respon yang rutin (*routinized response behavior*).

Menurut Ristiyanti dan Murdo (2021), ada beberapa indikator terhadap faktor-faktor pengaruhnya keputusan pembelian online, yaitu:

1. Harga dari sebuah produk memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, harga juga memiliki sifat yang fleksibel atau dapat berubah-ubah dan harga juga merupakan satu-satunya elemen dalam campuran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi penjual, sehingga dapat disimpulkan harga merupakan indikator dalam keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga dapat diartikan kecenderungan konsumen, dikarenakan untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kesesuaian manfaat pada produk dan konsep harga ini dapat dijadikan sebagai penilaian tertentu sebelum konsumen menentukan keputusan membeli produk.
2. Promosi adalah proses mengkomunikasikan variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Promosi dilakukan agar produk dapat dikenali oleh pasar, dalam prosesnya promosi dapat berpengaruh untuk mendorong suatu permintaan akan produk yang ditawarkan. Kemudian promosi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau mengingatkan pasar adalah suatu sasaran atas setiap perusahaan. Dan pada produknya agar bersedia menerima,

membeli, dan loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

3. Pelayanan terbaik bagi pelanggan dan tingkat kualitas yang diharapkan dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan. Hal ini dapat dilihat dari standar layanan internal maupun standar layanan eksternal. Bagi setiap perusahaan yang bergerak dibidang produk dan jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti harus memberikan pelayanan berkualitas (*service quality*) kepada setiap konsumen. Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pengaruh kualitas pelayanan dalam keputusan pembelian secara online, merupakan tingkatan kondisi baik buruknya pengemasan produk yang dijual secara keseluruhan yang diberikan oleh penjual dalam rangka memuaskan konsumen tersebut.

2.6 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sekurang-kurangnya 5 (lima) penelitian sebelumnya, yang mana pembahasannya terkait erat dengan penulisan proposal ini, data-data penelitian yang dimaksud, antara lain yaitu:

Dalam skripsi Ferdian (2017) yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dengan Model Periklanan Website*”

Tokobagus.Com”, dalam penelitian ini penulis menggunakan Pendekatan hukum normatif. Pendekatan normatif di sini adalah suatu pendekatan yang berpijak pada aturan dasar hukum Islam itu sendiri yang berupa al-Qur’an dan Al-Hadits. Sementara, jenis penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah berupa penelitian lapangan (*field research*), sedangkan obyek utamanya yaitu berupa data yang didapat dari masyarakat yang menjadi pengguna internet dan masyarakat yang menggunakan jasa periklanan online. Dalam penelitian ini, penyusun menggunakan analisis induktif. Sedangkan hasil dari penelitiannya menjelaskan bahwa praktek model periklanan online dengan jual beli barang bekas di tengah masyarakat dapat disimpulkan model periklanan online untuk saat ini dapat dikatakan tidak boleh dilakukan karena dalam prakteknya sistem yang ada kurang mewakili keamanan masyarakat sebagai pengguna jasa tersebut. Dikarenakan sangat beresiko dalam prakteknya ditambah dengan banyaknya pihak-pihak yang kurang bertanggung jawab. Hal ini menjadikan khayar dalam konsep hukum islam kurang efektif dalam realisasinya karena resiko yang tinggi dalam penggunaannya dan sistem yang masih rentan manipulasi oleh pihak- pihak yang kurang bertanggung jawab, sebenarnya hukum islam dapat memperbolehkan jika model periklanan online ini dapat menjaga konsumen dan memperbaharui sistem sehingga para pengguna layanan ini terlindungi.

Syarifudin (2018) dalam skripsinya berjudul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Chip Virtual Poker Online dalam*

Facebook”, Penelitian ini jenis *research* atau penelitian pustaka. Penelitian ini dilakukan dengan mencari literatur yang berhubungan dengan jual beli dalam Islam, web, homepage (situs-situs) tentang poker zynga sebagai sumber data primer. Sedangkan Observasi lapangan dengan cara wawancara dengan para informan yang terlibat langsung dalam proses transaksi jual beli *chip poker* ini sebagai data sekunder (tambahan). Hasil dari penelitian ini dijelaskan bahwa materi jual beli chip tidak masuk kategori benda dan tidak sah dalam hukum Islam, karena terdapat unsur *gharar*, tidak ada nilai manfaat yang positif dan tidak jelas bentuknya. Berasal dari proses permainan yang tergolong judi, yaitu *poker zynga* yang dikemas dalam *facebook*. Analisa terhadap praktek jual beli *chip poker* berdasarkan data observasi yang ada, pada prinsipnya syarat dan rukun jual beli tidak tercapai. Oleh karena itu cacat dalam ketentuan jual beli dalam Islam.

Skripsi yang ditulis oleh Yuhadian (2017) ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana keabsahan perjanjian jual beli secara online melalui rekening bersama. Dan untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum bagi penjual (*seller*) dan pembeli (*buyer*) yang menggunakan rekening bersama. Sedangkan dalam Penelitiannya menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dan metode kepustakaan (*library research*). Penelitian lapangan dilakukan dengan melakukan wawancara di Kantor Kaskus, Jakarta Selatan. Selain itu, penulis juga mewawancarai para pihak terkait masalah yang dibahas yaitu seller, buyer, dan pemilik jasa rekening

bersama. Peneliti juga melakukan penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan dengan mempelajari dan menelaah buku-buku atau literatur yang berhubungan dengan penelitian. Dari uraian penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian yang akan diteliti oleh penulis dengan penelitian yang ditulis oleh Rahmat Anwar Ferdian, Ahmad Syarifudin, dan Muhammad Billah Yuhadian Terdapat perbedaan. Dikarenakan penelitin Rahmat Anwar Ferdian focus penelitiannya hanya pada jual beli periklanan website tokobagus dengan tinjauan hukum islam sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh penulis focus penelitiannya pada jual beli online dengan keseluruhan media social, menurut pendapat tokoh MUI. Penelitian Ahmad Syarifudin, focus penelitiannya hanya pada jual beli *chip poker* dalam *facebook* tinjauannya dengan hukum islam secara umum, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis focus penelitiannya “*jual beli online dengan system dropship menurut pendapat para ulama MUI (Studi Terhadap Kantor Kaskus Jakarta Selatan)*”. Penelitian Muhammad Billah Yuhadian, penelitiannya hanya pada hukum keperdatan dalam hal perjanjian jual beli secara online melalui rekening bersama dan keabsahannya, sedangkan penelitian yang akan ditulis oleh peneliti, focus kajian yang akan di bahas meliputi kajian hukum islam dengan pendapat para tokoh ormas MUI dalam kaitannya dengan jual beli online dengan *system dropship*.

Rudiana (2015) melakukan penelitian yang berjudul “*Transaksi Dropshipping Pada Konsep Ba’i As-Salam Dalam Perspektif*

Ekonomi Syariah”, sehingga hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep transaksi dropshipping sejalan atau tidak dengan konsep bai’ as-salam, yang mana dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan hasil penelitian yang menyebutkan : Transaksi dropshipping dapat dikatakan tidak sejalan dengan konsep bai’ as-salam, karena terdapat perbedaan rukun dan syarat antara keduanya, dropshipping tidak memiliki wilayah (kekuasaan) terhadap barang tersebut.

Kalbuadi (2015) melakukan penelitian yang berjudul “*Jual Beli Online Dengan menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum KASKUS)*”, sehingga hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai sistem *dropshipping* dalam jual beli online dan mengetahui kesesuaian sistem *dropshipping* ini dengan akad jual beli dalam Islam, yang mana dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan hasil penelitiannya skema jual beli online dengan sistem *dropshipping* ini memiliki kesamaan dengan akad *bai’ as- salam* & akad *wakalah*, dimana skema *dropshipping* juga terdapat *muslam* (pembeli), *muslim ilaih* (penjual), *muslim fihi* (objek barang) dan *shighat* (ijab qabul) selain itu juga terdapat *supplier* yang mewakili barang kepada dropshipper, sistem *dropshipping* ini memenuhi rukun dan syarat sah yang berlaku dalam hukum fiqih dan termasuk kedalam jual beli online yang diperbolehkan.

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terkait

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rahmat Anwar Ferdian (2017)	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dengan Model Periklanan Website Toko Bagus.Com	<p>Praktek model periklanan online dnegan jual beli barang bekas di tengah masyarakat dapat disimpulkan model periklanan online untuk saat ini dapat dikatakan tidak boleh dilakukan karena dalam prakteknya sistem yang ada kurang mewakili keamanan masyarakat sebagai pengguna jasa tersebut. Dikarenakan sangat beresiko dalam prakteknya ditambah dengan banyaknya pihak-pihak yang kurang bertanggung jawab . Hal ini menjadikan khiyar dalam konsep hukum islam kurang efektif dalam realisasinya karena resiko yang tinggi dalam penggunaannya dan sistem yang masih rentan manipulasi oleh pihak-pihak yang kurang bertanggung jawab, sebenarnya hukum islam dapat memperbolehkan jika model periklanan online ini dapat menjaga konsumen dan memperbaharui sistem sehingga para pengguna layanan ini terlindungi.</p>

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
2.	Ahmad Syarifuddin (2018)	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Chip Virtual Poker Online dalam Facebook	Materi jual beli chip tidak masuk kategori benda dan tidak sah dalam hukum Islam, karena terdapat unsur gharar, tidak ada nilai manfaat yang positif dan tidak jelas bentuknya. Berasal dari proses permainan yang tergolong judi, yaitu poker zynga yang dikemas dalam facebook. Analisa terhadap praktek jual beli chip poker berdasarkan data observasi yang ada, pada prinsipnya syarat dan rukun jual beli tidak tercapai. Oleh karena itu cacat dalam ketentuan jual beli dalam Islam.
3.	Muhammad Billah Yuhadian (2017)	Jual beli online dengan sistem dropship menurut pendapat para ulama MUI (Studi Terhadap Kantor Kaskus Jakarta Selatan).	Mengetahui bagaimana keabsahan perjanjian jual beli secara online melalui rekening bersama. Dan untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum bagi penjual (<i>seller</i>) dan pembeli (<i>buyer</i>) yang menggunakan rekening bersama. Sedangkan dalam Penelitiannya menggunakan metode penelitian lapangan (<i>field research</i>) dan metode kepustakaan (<i>library research</i>). Penelitian lapangan dilakukan dengan

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			<p>melakukan wawancara di Kantor Kaskus, Jakarta Selatan. Penulis juga mewawancarai para pihak terkait masalah yang dibahas yaitu seller, buyer, dan pemilik jasa rekening bersama. Peneliti juga melakukan penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan dengan mempelajari dan menelaah buku-buku atau literatur yang berhubungan dengan penelitian.</p>
4.	Rudiana (2015)	<p>Transaksi Dropshipping Pada Konsep Ba'i As-Salam Terhadap Dunia Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Syariah</p>	<p>Untuk mengetahui konsep transaksi dropshipping sejalan atau tidak dengan konsep bai' as-salam, yang mana dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan hasil penelitian yang menyebutkan : Transaksi dropshipping dapat dikatakan tidak sejalan dengan konsep ba'i as-salam, karena terdapat perbedaan rukun dan syarat antara keduanya, dropshipping tidak memiliki wilayah (kekuasaan) terhadap barang tersebut.</p>
5.	Putra Kalbuadi (2015)	<p>Jual Beli Online Dengan menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut</p>	<p>Untuk mengetahui gambaran mengenai sistem dropshipping dalam jual beli online dan mengetahui</p>

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum KASKUS)	kesesuaian sistem dropshipping ini dengan akad jual beli dalam Islam, yang mana dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Denagan hasil penelitiannya skema jual beli online dengan sistem dropshipping ini memiliki kesamaan dengan akad bai' as-salam & akad wakalah, dimana skema dropshipping juga terdapat muslim (pembeli), muslim ilaih (penjual), muslim fiihi (objek barang) dan shighat (ijab qabul) selain itu juga terdapat supplier yang mewakili barang kepada dropshipper, sistem dropshipping ini memenuhi rukun dan syarat sah yang berlaku dalam hukum fiqih dan termasuk kedalam jual beli online yang diperbolehkan.

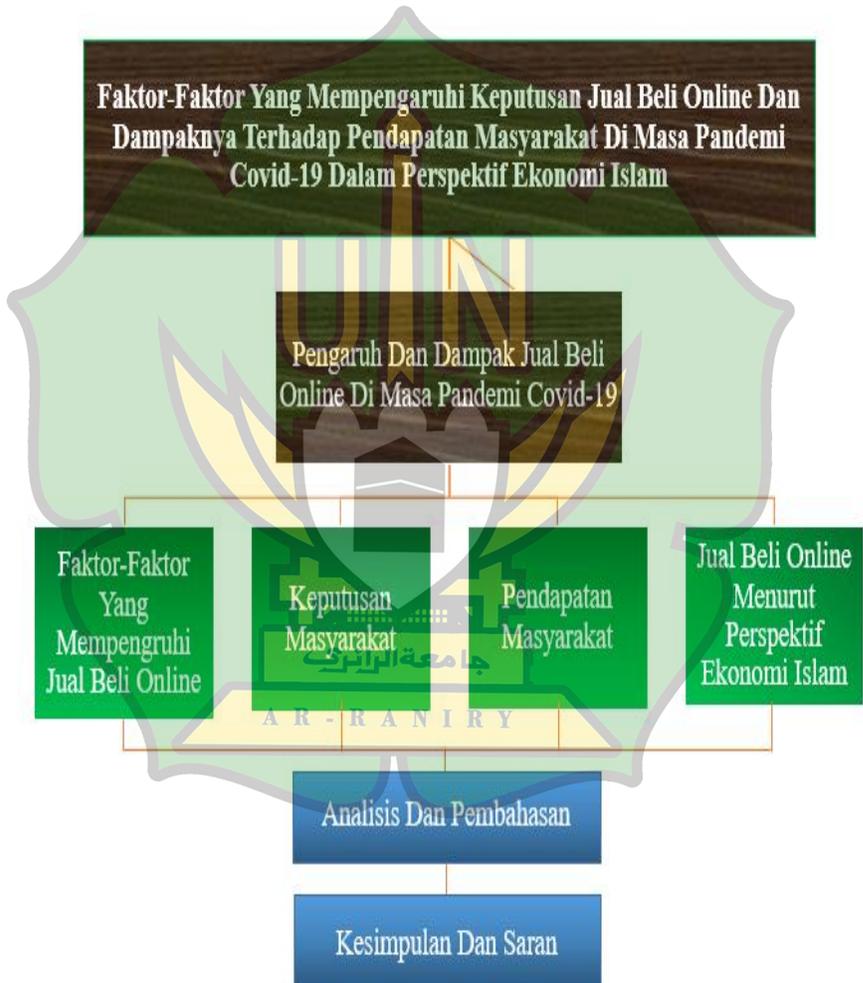
Sumber : Diolah Peneliti, 2021

2.7 Kerangka Pemikiran

Adapun manfaat dari tujuan dan kajian-kajian toeri yang sudah dibahas di atas, maka selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan jual beli online dan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat di masa

pandemi covid-19 dalam perspektif ekonomi islam, kerangka pemikiran yang dapat disusun secara teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Diolah Peneliti, 2021

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian Dan Pendekatan Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Dalam penulisan karya ilmiah ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan metode deskriptif yang dilakukan dengan cara menelaah literatur kepustakaan, dan data resmi dari wawancara dengan pihak terkait dengan penelitian ini. Penelitian diarahkan untuk mendapatkan data serta fakta yang berhubungan dengan keputusan jual beli online dan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat di masa pandemi covid-19 dalam perspektif ekonomi islam.

3.1.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya. Penelitian lapangan dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian. Dalam penelitian ini penulis mengambil 10 orang informan, yang dimana terdiri dari 4 orang penjual dan 6 orang pembeli yang melakukan jual beli online pada aplikasi media sosial, khususnya terhadap pendapatan masyarakat di masa pandemi covid-19. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deksriptif. Dengan

kata lain penelitian deskriptif yaitu penelitian yang mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, tentang hubungan, kegiatan, sikap, pandangan yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena. Kemudian data yang diperoleh akan dikelola, dianalisis dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori yang telah dipelajari (Sugiyono, 2013: 15).

3.2 Data Dan Teknik Pemerolehannya

Yang dimaksud sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana di peroleh. Sumber data dalam penelitian ini dapat diklarifikasikan menjadi:

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan, di olah serta diterbitkan sendiri oleh organisasi yang menggunakannya (Mutiara, 2004: 172), ataupun data yang langsung dikumpulkan oleh penulis (pelaksanaan dari sumber primer dalam hal ini adalah wawancara langsung dengan masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh). Pada penelitian ini digunakan data yang bersifat primer. Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dengan secara langsung dari lapangan melalui penelitian baik dengan wawancara atau observasi maupun kuesioner. Data adalah fakta-fakta maupun angka–angka yang secara relatif tidak berarti bagi pemakai, data akan diolah menjadi informasi yang memiliki arti bagi pemakai.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak dibuat atau diterbitkan oleh penggunanya (Mutiara, 2004: 172). Data sekunder juga disebut dengan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen, yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku, brosur, majalah dan bahan informasi lainnya yang memiliki relevansi dengan masalah sebagai bahan penunjang penelitian.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

3.3.1 Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif tidak mengenal istilah sampel, namun dalam penelitian kualitatif menggunakan istilah informan. Informan atau subjek adalah narasumber yang menjadi sumber data dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2013: 141), informan adalah hal pihak yang dipilih untuk diwawancarai sesuai dengan tujuan penelitian.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), informan adalah pihak atau orang yang memberikan informasi atau orang yang menjadi sumber data dalam penelitian. Seorang informan harus memiliki pengalaman dan pengetahuan mengenai latar belakang penelitian. Pada penelitian ini informan terdiri dari Ibu Hasnita, S.E, selaku pegawai Bank BPR Ingin Jaya Banda Aceh, beliau adalah yang melakukan pembelian onlinen hanya untuk kebutuhan konsumsinya sendiri. Ibu Humaira, A. Md, selaku pegawai negeri sipil (PNS), beliau adalah yang melakukan pembelian online aktif. Ibu Fara Umayyah, S.E, selaku Wiraswasta, beliau adalah yang

melakukan penjualan online aktif terhadap usahanya. Farah Fadhillah selaku Mahasiswi UIN AR-RANIRY Banda Aceh, adalah Mahasiswi yang aktif didalam melakukan penjualan online terhadap usahanya. Saudara Farhan selaku Wiraswasta, beliau adalah yang melakukan pembelian online aktif. Ibu Silvi Oktariza selaku Ibu Rumah Tangga, beliau adalah yang melakukan penjualan online aktif terhadap usahanya sendiri. Ibu Rifa Salsabila selaku Wiraswasta, beliau adalah yang melakukan penjualan online terhadap usahanya. Ibu Bella Dona selaku Wiraswasta, beliau adalah yang melakukan pembelian online aktif. Saudari Sarah Nadia selaku Wiraswasta, adalah pelaku UMKM yang aktif didalam melakukan pembelian online. Dan Saudari Khayratussara selaku Mahasiswi UIN AR-RANIRY Banda Aceh, adalah Mahasiswi yang aktif didalam melakukan pembelian online.

Tabel 3. 1
Daftar Informan Masyarakat Desa Ateuk Munjeng

Nama	Status	Profesi Usaha (Penjual Online) dan Pembeli Online
Hasnita, S.E	Pegawai Bank BPR/ Ingin Jaya	Pembeli Online
Humaira, A. Md	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Pembeli Online
Fara Umayyah, S.E	Wiraswasta	Garuda Rujak (Penjual Buah dan Rujak Online)
Farah Fadhillah	Mahasiswi UIN AR-RANIRY	Cut Dek Cake (Penjual Kueh Online)
Farhan	Wiraswasta	Pembeli Online
Silvi Oktariza	Ibu Rumah Tangga	Cooking Queen (Penjual Kueh dan Makanan Online)

Rifa Salsabila	Wiraswasta	Happy Store (Penjual Online Perlengkapan Accesories, Pakaian Wanita, dan Alat-Alat Kosmetik)
Bella Dona	Wiraswasta	Pembeli Online
Sarah Nadia	Wiraswasta dan UMKM	Pembeli Online
Khayratussara	Mahasiswi UIN AR-RANIRY	Pembeli Online
Total Informan	10 Orang	10 Profesi

Sumber : Data Hasil Survey Awal, 2021

3.3.2 Objek Penelitian

Adapun objek penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana keputusan dari jual beli online dan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat di Desa Ateuk Munjeng. Objek penelitian ini mencatat dan mengumpulkan informasi terkait kondisi jual beli online di masa pandemi covid-19 terhadap pengaruh keputusan dan dampak pendapatan masyarakat di Desa Ateuk Munjeng.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: - R A N I R Y

a. Wawancara

Wawancara ini dilakukan oleh penulis kepada masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh agar memperoleh data objektif mengenai keputusan jual beli online dan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat di masa pandemi covid-19, dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung kepada pihak

yang berkaitan, akan segala sesuatu yang berhubungan langsung dengan penulisan. Inilah beberapa daftar wawancara yang penulis buat yang akan ditanyakan kepada para informan :

b. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung kepada masyarakat di Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh, terutama yang berkaitan dengan keputusan jual beli online dan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat di masa pandemi covid-19.

c. Dokumentasi

Yaitu penulis mengumpulkan, membaca dan mempelajari berbagai bentuk data tertulis (buku, brosur, majalah), perpustakaan atau instalasi lain yang dapat dijadikan analisa dalam penelitian lain yang berhubungan dengan keputusan jual beli online dan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat di masa pandemi covid-19 dalam perspektif ekonomi islam.

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data. Setelah memperoleh data yang dihasilkan dari

interview, mendapatkan data otentik, maka penelitian ini dalam menganalisis data menggunakan analisis deskriptif.

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Untuk itu digunakan metode deskriptif analisis, yaitu dengan cara penulis menggambarkan permasalahan dengan didasarkan data yang ada kemudian ditarik kesimpulan. Dengan tipe pendekatan studi kasus ini, penulis mengadakan penelitian dengan cara melihat, menggambarkan dan menguraikan bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan jual beli online dan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat di masa pandemi covid-19 dalam perspektif ekonomi islam.

Sementara mengenai teknik penulisan proposal ini penulis menggunakan buku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry terbitan tahun 2017, sedangkan ayat-ayat al-Qur'an dan terjemahannya yang dikutip dalam proposal ini berpedoman kepada Al-Qur'an dan terjemahannya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Profil Dan Sejarah Desa Ateuk Munjeng

Berdasarkan cerita historis tokoh-tokoh tua Gampong Ateuk Munjeng sudah ada sejak tahun 1812, Asal mula nama Gampong Ateuk Munjeng adalah berasal dari bahasa Aceh kata Munjeng yang berarti Cicin Sumur yang terbuat dari tanah liat dan kata Ateuk berarti Atas, jadi secara keseluruhan Ateuk Munjeng berarti Cicin Sumur yang terletak di daratan paling atas. pada tahun 1901 dinamakan Gampong Ateuk berada pada kecamatan Masjid Raya kabupaten Aceh Besar yang dipimpin oleh seorang keuchik. Dengan datangnya perantau dari daerah-daerah lain yang hanya ada beberapa orang mereka menggarap lahan kosong menjadi lahan pertanian, lahan peternakan serta pemukiman. Sekitar tahun 1980an Gampong Ateuk Munjeng menjadi atau masuk dalam wilayah kodya Banda Aceh yang masuk dalam kecamatan Baiturrahman. Pertumbuhan penduduk di Gampong Ateuk Munjeng terjadi setelah adanya perkawinan antar keluarga dan saudara, dimana masyarakat saat itu masih mengacu pada azas tuntunan agama.

4.1.2 Sejarah Pembangunan Desa Ateuk Munjeng

Sejarah pembangunan Desa Ateuk Munjeng yaitu sebagaimana berdasarkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Sejarah Pembangunan Desa Ateuk Munjeng

No .	Tahun	Keuchik Gampong	Peristiwa	Dampak	Narasumber
1.	2006/2007	Muhammad Rasyid	Pembangunan Paving Block Meunasah Desa Ateuk Munjeng.	Pelayanan ibadah untuk berjama'ah dan kegiatan pertemuan dan rapat-rapat Desa menjadi lebih baik.	- Teungku Muahammad Rasyid (Imam Gampong). - H. Nur Abidin (Sekdes).
2.	2007/2008	Muhammad Rasyid	- Pembangunan balai Inong, - Penimbunan lokasi kantor keuchik, - Pembangunan Polindes, Pembangunan jalan setapak.	Pelayanan kepada masyarakat menjadi lebih maksimal.	- H. Nur Abidin (Sekdes). - Abdul Hamid (warga Desa).
3.	2008/2009	Yusri	- Pembangunan pengerasan jalan, - pembangunan MCK, - rehap jalan lingkungan.	Pelayanan kepada masyarakat menjadi lebih baik dan maksimal.	- H. Azhari Usman (Sekdes). - H. Zainal Abidin (Kadus). - M. Jamal HS (Kadus).
4.	2009/2010	Yusri	- Melanjutkan pembangunan meunasah,	Pelayanan kepada masyarakat	- Teungku Abdullah Mahmud

			- Penyempurnaan sarana fisik kantor dan telah tercantum dalam program kerja tahun 2005/2010.	t menjadi lebih baik dan maksimal.	(Imam Gampong). - H. Azhari Usman (Sekdes).
--	--	--	---	------------------------------------	--

Sumber : Data Hasil Survey Pertengahan, 2021

4.1.3 Sejarah Pemerintahan Desa Ateuk Munjeng

Kepala pemerintahan Desa Ateuk Munjeng dari awal terbentuk tidak diketahui, namun 30 tahun belakangan hingga sekarang dipimpin oleh seorang keuchik, beserta perangkatnya. Berikut data sejarah pemerintahan Desa Ateuk Munjeng selama kurun waktu 30 tahun terakhir yaitu:

Tabel 4. 2
Sejarah Pemerintahan Desa Ateuk Munjeng

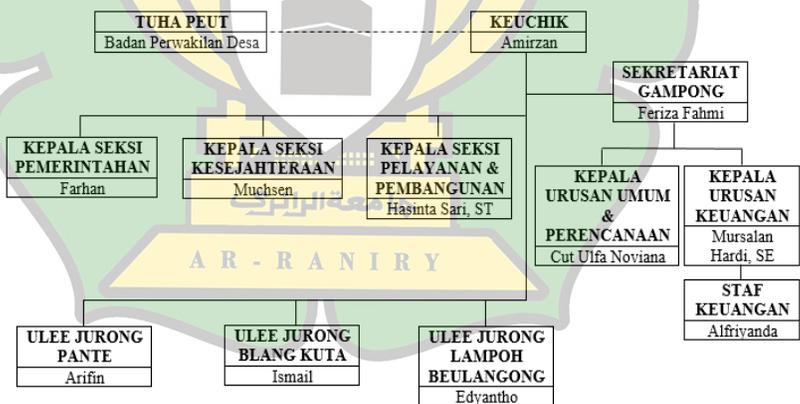
No.	Tahun	Keuchik	Sekretaris Desa	Narasumber
1	Tidak diketahui informasinya	Muhammad	Tidak diketahui informasinya	Muhammad Hasyim
2	Tidak diketahui informasinya	Aiyub Nyak Geh	Ilyas Harun	Mansur
3	1998-2004	Ibnu Djuned	Zulkifli Makam	Muhammad Rasyid
4	2004-2008	Muhammad Rasyid	H. Nur Abidin	Darwiyah
5	2008-2014	Yusri	H. Azhari Usman	Zulbahri
6	2015-2017	Amirzan	H. Azhari Usman	Zulbahri
7	2018-2021	Amirzan	Feriza Fahmi	Zulbahri

Sumber : Data Hasil Survey Pertengahan, 2021

4.1.4 Struktur Organisasi Kepengurusan Desa Ateuk Munjeng

Struktur organisasi di Desa Ateuk Munjeng sudah ditetapkan pada setiap pemilihan Pak Keuchik. Yaitu pada saat pemilihan Pak Keuchik yang baru maka disaat itulah pembentukan struktur organisasi kepengurusan yang baru akan ditetapkan pada Desa Ateuk Munjeng melalui rapat atau musyawarah Desa. Pada saat rapat Desa tersebut akan diputuskan pembentukan struktural baru yang disahkan oleh Pak Keuchik baru. Berikut ini Struktur Organisasi Kepengurusan Desa Ateuk Munjeng pada tahun 2018 sampai dengan sekarang, adalah sebagai berikut:

Gambar 4. 1
Struktur Organisasi Kepengurusan Desa Ateuk Munjeng



Sumber : Data Hasil Survey Pertengahan, 2021

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa Keuchik Desa Ateuk Munjeng adalah Bapak Amirzan, Bapak Feriza Fahmi sebagai Sekretariat Desa, Ibu Cut Ulfa Noviana sebagai Kepala Urusan

Umum Dan Perencanaan, Bapak Mursalan Hardi, S.E sebagai Kepala Urusan Keuangan, Bapak Alfriyanda sebagai Staff Keuangan, Bapak Farhan sebagai Kepala Seksi Pemerintahan, Bapak Muchsen sebagai Kepala Seksi Kesejahteraan, Ibu Hasinta Sari, S.T sebagai Kepala Seksi Pelayanan Dan Pembangunan, Bapak Arifin sebagai Kepala Dusun Ulee Jurong Pante, Bapak Isma'il sebagai Kepala Dusun Ulee Jurong Blang Kuta, Bapak Edyantho sebagai Kepala Dusun Ulee Jurong Lampoh Beulanngong, Dan Badan Perwakilan Desa diwakili oleh Tuha Peut Desa Ateuk Munjeng. Ini semua merupakan struktural organisasi kepengurusan Desa Ateuk Munjeng yang ada di Kantor Keuchik Desa Ateuk Munjeng Kecamatan Baiturrahman Kota Banda Aceh.

4.1.5 Visi Dan Misi Desa Ateuk Munjeng

- a. Visi : Mewujudkan Pembangunan yang merata, berwawasan, lingkungan yang sejahtera, adil, dan bermartabat.
- b. Misi :
 1. Meningkatkan sarana dan prasarana dari segi fisik, ekonomi, pendidikan, kesehatan dan berkebudayaan di desa.
 2. Mengedepankan kejujuran, keadilan, transparansi dalam kehidupan sehari-hari baik dalam pemerintahan maupun dengan masyarakat desa.
 3. Mewujudkan pembangunan permukiman yang layak.

4. Meningkatkan pembangunan infrastruktur secara berkesinambungan yang mendukung perekonomian desa.
5. Meningkatkan pembangunan ekonomi dengan mendorong semakin tumbuh dan berkembangnya pembangunan di bidang pertanian dan home industri.

4.2 Profil Informan

Tabel 4. 3 Profil Informan Penjual Online

Nama	: Fara Umayyah, S.E
Usia	: 36 Tahun
Alamat	: Jalan Merak No.25, Desa Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status	: Wiraswasta
Profesi Usaha	: Garuda Rujak (Penjual Buah, Juice, Dan Rujak Online)

Nama	: Farah Fadhillah
Usia	: 21 Tahun
Alamat	: Jalan Tandi III No.30, Desa Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status	: Mahasiswi
Profesi Usaha	: Cut Dek Cake (Penjual Kue Online)

Nama	: Silvi Oktariza
Usia	: 27 Tahun
Alamat	: Jalan Tandi II No.2, Desa Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status	: Ibu Rumah Tangga
Profesi Usaha	: Cooking Queen (Penjual Kue dan Makanan Online)

Nama	: Rifa Salsabila
Usia	: 25 Tahun
Alamat	: Jalan Balai Desa No.7, Desa Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status	: Wiraswasta
Profesi Usaha	: Happy Store (Penjual Online Perlengkapan Accesories, Pakaian Wanita, dan Alat-Alat Kosmetik)

Sumber : Data Hasil Survey Pertengahan, 2021

Tabel 4. 4 Profil Informan Pembeli Online

Nama	: Hasnita, S.E
Usia	: 39 Tahun
Alamat	: Jalan Merak No.19, Desa Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status	: Pegawai Bank BPR Ingin Jaya
Profesi	: Pembeli Online

Nama	: Humaira, A. Md
Usia	: 26 Tahun
Alamat	: Jalan Merak No.17, Desa Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status	: Pegawai Negeri Sipil (PNS)
Profesi	: Pembeli Online

Nama	: Farhan
Usia	: 23 Tahun
Alamat	: Jalan Nyak Adam Kamil II No.9, Desa Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Status	: Wiraswasta
Profesi	: Pembeli Online

Nama	: Bella Dona
Usia	: 27 Tahun
Alamat	: Jalan Langgar No.45, Desa Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status	: Wiraswasta
Profesi	: Pembeli Online

Nama	: Sarah Nadia
Usia	: 22 Tahun
Alamat	: Jalan Lingge No.12, Desa Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status	: Wiraswasta
Profesi	: Pembeli Online

Nama	: Khayratussara
Usia	: 22 Tahun
Alamat	: Jalan Tandi II, Gang Syedara No.10, Desa Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status	: Mahasiswi
Profesi	: Pembeli Online

Sumber : Data Hasil Survey Pertengahan, 2021

4.3 Hasil Penelitian

Jual beli merupakan salah satu instrumen di dalam ekonomi yang dipergunakan untuk kebutuhan manusia sehari-hari, atau menukar barang dengan barang lainnya atau menukar barang dengan uang dengan jalan saling melepaskan hak milik dari satu pemilik kepada yang lain atas dasar saling merelakan. Jual beli ini dapat dilakukan secara terus menerus dan dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan publik jika dilakukan secara efektif.

Sedangkan Jual beli online merupakan transaksi pertukaran barang yang dilakukan melalui media elektronik dengan

menggunakan bantuan koneksi internet atau secara online. Dalam hal ini penjual mempromosikan barang dagangannya pada media sosial miliknya baik itu berupa *whatsapp*, *facebook*, maupun *instagram* miliknya. Pada pengertian lain jual beli online adalah persetujuan saling mengikat melalui internet antara si penjual adalah sebagai pihak yang menjual barang dan si pembeli adalah sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli secara online menerapkan sistem jual beli di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara si penjual dan si pembeli. Jual beli ini dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi atau terhubung dengan menggunakan handphone, komputer, tablet, dan lain-lain. Berbisnis online memungkinkan adanya transaksi antara si penjual dan si pembeli, meski tanpa bertatap muka secara langsung. Yang dibutuhkan oleh si pembeli saat bertransaksi online adalah informasi produk dan adanya kepastian bahwa pesannya akan diterima sesuai permintaan. Pembeli tidak butuh informasi mengenai siapa penjual dan dari mana produk yang dipesannya berasal, tetapi mereka membutuhkan produk barang yang dibelinya sesuai pesannya dan produk barangnya sampai ketempat tujuan dengan selamat.

Tujuan dari jual beli online di masa pandemi Covid-19 adalah untuk memudahkan para penjual dan pembeli didalam melakukan jual belinya melalui online, apalagi di masa pandemi Covid-19 ini membuat para penjual dan pembeli terbatas untuk melakukan jual belinya, dikarenakan harus mematuhi protokol kesehatan.

Pemanfaatan jual beli online di masa pandemi Covid-19 akan menjadi suatu sumber kemudahan alternatif bagi penguatan ekonomi masyarakat, sehingga tidak terjadinya kemerosotan kebutuhan ekonomi masyarakat suatu negara. Kemudian jual beli online di masa pandemi Covid-19 ini berfungsi mewujudkan potensi yang efektif, sehingga manfaat ekonomis penjualan maupun pembelian masyarakat suatu negara menjadi kepentingan sehari-hari dan untuk memajukan kesejahteraan umum.

Tetapi hal negatif yang dirasakan oleh si pembeli adalah mereka tidak dapat melihat barang yang dibelinya secara nyata. Resikonya mereka dapat tertipu oleh si penjual, sehingga barang yang dibelinya tidak sesuai keaslian pada gambar yang dilihat sebelumnya melalui online, dan mereka hanya dapat melihat barang yang dibelinya melalui handphone, tablet, komputer, dan lainnya yang menggunakan jaringan internet.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada keputusan penjual online dan pembeli online yang dilakukan oleh masyarakat Desa Ateuk Munjeng di masa pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut:

4.3.1 Wawancara Keputusan Penjual Online Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Di Masa Pandemi Covid-19

Wawancara kepada beberapa penjual online dengan memutuskan untuk menjual barang dagangannya di masa pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut:

a. Latar belakang jual beli online di masa pandemi Covid-19

Saudari Farah Fadhillah selaku penjual mengatakan bahwa *“pada saat keadaan pandemi yang kita rasakan saat ini, penjualan online menurut saya sangat berarti. Saya melakukan penjualan online pada saat Covid-19 ini dimulai saat 2 bulan setelah pandemi melanda. Dikarenakan saya melihat wabah ini sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat, jadi saya berinisiatif tetap melakukan penjualan online untuk dapat membantu kebutuhan ekonomi saya pribadi, masyarakat, dan lainnya seperti yang kita ketahui bersama saat pandemi covid-19 ini melanda berbagai banyak usaha bisnis tersingkirkan, terbatas, dan bangkrut apalagi bisnis yang menggunakan sistem online. Pihak pemerintah pun sangat terbatas didalam menangani bantuan masyarakat di masa Covid-19 ini, maka dari itu saya berharap semoga dengan adanya sistem penjualan online ini terutama dapat membantu perekonomian saya, keluarga, dan masyarakat Desa Ateuk Munjeng”*.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Fara Umayyah selaku penjual mengatakan bahwa *“pada saat keadaan pandemi Covid-19 penjualan online menjadi salah satu langkah alternatif untuk memasarkan produk yang kita jual, untuk menekan interaksi konsumen atau masyarakat secara langsung dan efisien. Saya melakukan penjualan online pada saat Covid-19 ini dimulai sejak 1 bulan setelah pandemi melanda, dikarenakan kebutuhan ekonomi yang begitu terbatas yang saya dapatkan disaat pandemi ini melanda. Jadi saya berpikir untuk tetap melakukan penjualan online di masa pandemi Covid-19 ini untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga saya dan memajukan perekonomian masyarakat”*.

Selanjutnya Ibu Silvi Oktariza selaku penjual juga mengatakan bahwa *“melakukan penjualan pada saat*

pandemi Covid-19 adalah langkah yang cerdas. Saya melakukan penjualan online pada saat Covid-19 ini dimulai saat 2 bulan 3 minggu setelah pandemi melanda, dikarenakan kebutuhan ekonomi yang terbatas dan pada saat Covid-19 sangat terbatasnya transaksi para konsumen untuk melakukan pembelian yang harus mengikuti protokol kesehatan, dengan adanya penjualan online dapat membantu para konsumen untuk membelinya. Walaupun ada sedikit gangguan untuk pengiriman barangnya, tetapi in sya Allaah semua itu dapat dilakukan dengan mudah jika kita ada niat yang baik dan teguh”.

Kemudian Ibu Rifa Salsabila selaku penjual juga mengatakan bahwa “*melakukan penjualan pada saat pandemi Covid-19 adalah langkah yang cerdas. Saya melakukan penjualan online dengan sistem Pre-Order atau Dropship pada saat Covid-19 ini dimulai saat 4 bulan setelah pandemi melanda, dikarenakan kebutuhan ekonomi yang terbatas dan pada saat Covid-19 sangat terbatasnya transaksi para konsumen untuk melakukan pembelian yang harus mengikuti protokol kesehatan, dengan adanya penjualan online dapat membantu para konsumen untuk membelinya. Selain itu alasan saya memilih untuk melakukan jual beli online dengan menggunakan sistem dropship tersebut dikarenakan hanya memiliki modal yang terbatas sehingga saya hanya akan menyetok barang yang telah dipesan oleh konsumen. Walaupun ada sedikit gangguan untuk pengiriman barangnya, tetapi in sya Allaah semua itu dapat dilakukan dengan mudah jika kita ada kemauan.*

- b. Barang yang diperjual belikan pada saat pandemi Covid-19

Saudari Farah Fadhillah selaku penjual mengatakan bahwa “*saya menjual berbagai macam kue kebutuhan sehari-hari, misalnya seperti makanan siap saji yaitu*

kue kering, kue basah, kue bolu, dan kue-kue persiapan lebaran. Kemudian saya menjual secara online pada media sosial milik pribadi dengan sistem pesanan, untuk menjual barang dagangan tersebut saya memajangkan Catalog atau gambar pada media sosial berupa WhatsApp dan Instagram dengan nama akun “Cut Dek Cake” milik saya dengan selalu memberikan spesifikasi terkait barang tersebut”.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Fara Umayyah selaku penjual menjelaskan bahwa *“saya menjual berbagai macam rujak yang siap saji, buah segar, sop buah, dan aneka juice. Penjualan barang dagangan saya secara online pada media sosial milik saya pribadi dengan sistem pesanan, untuk menjual barang dagangan tersebut saya memajangkan Catalog atau gambar pada media sosial berupa WhatsApp, Grab, Gojek, dan Maxim, kemudian saya memberikan nama akun atau nama tempat pembeliannya “Garuda Rujak” milik saya dengan selalu memberikan spesifikasi terkait barang tersebut”.*

Selanjutnya Ibu Silvi Oktariza selaku penjual menyatakan bahwa *“saya menjual berbagai macam kue dan makanan siap saji seperti goreng-gorengan (lumpia ayam, risol rogout ayam, pastel ayam, molen susu), ayam bakar, ayam penyet, kue-kue kering, kue-kue basah, juga menjual berbagai puding, dan kue-kue persiapan lebaran. Penjualan barang dagangan ini saya menjalankan secara online pada media sosial milik saya pribadi dengan sistem pesanan, untuk menjual barang dagangan tersebut saya memajangkan Catalog atau gambar pada media sosial berupa Instagram dan Facebook, kemudian saya memberikan nama akun pembeliannya “Cooking Queen” milik saya dengan selalu memberikan spesifikasi terkait barang tersebut”.*

Kemudian Ibu Rifa Salsabila selaku penjual menyatakan bahwa *“saya menjual pakaian wanita, kaos kaki wanita, masker, botol minuman wanita, facial mask,*

minyak wangi wanita, dan juga menjual accesories wanita. Kemudian untuk menjual barang dagangan tersebut saya memajangkan Catalog atau gambar pada media sosial berupa Shopee, Whatsapp, dan Instagram, kemudian saya memberikan nama akun pembeliannya “Happy Store” milik saya dengan selalu memberikan spesifikasi terkait barang tersebut”.

c. Proses penjualan barang online dimasa pandemi Covid-

19

Saudari Farah Fadhillah menjelaskan bahwa “jika ada pembeli yang berminat maka harus memesan terlebih dahulu, karena makanannya dibuat ketika sudah memilih pada pilihan menu makanan yang sudah di posting pada akun media sosial dan jika pembeli telah memesan makanan kemudian sudah sepakat untuk dibuat dan dipesan, maka dilarang untuk membatalkan pesanannya dengan cara membayar uang terlebih dahulu atau juga boleh membayar ketika barangnya diantar pada lokasi yang dituju atas barang yang di inginkan. Lalu saya akan mempersiapkan barang tersebut dan langkah selanjutnya pembeli menunggu barang yang dipesan tersebut sampai dengan selamat. Pada pengiriman pesanannya saya tidak memungut ongkos kirim dan setelah barang sampai, saya akan menghubungi pembeli menanyakan apakah pesanannya sampai dengan selamat atau tidak. Dalam hal ini saya mengakui bahwa telah mempunyai keyakinan baik atas barang atau pun gambar produk yang akan saya jual kepada para konsumen”.

Selanjutnya Ibu Fara Umayyah memaparkan bahwa *“proses penjualan barang sama hal nya dengan yang dilakukan oleh saudara Farah Fadhillah, namun saya memberikan spesifikasi yang jelas terkait barang, alamat, dan nomor telephone pada profil toko online milik saya pribadi dan jika ada konsumen yang berminat untuk membeli barang tersebut maka mereka harus*

memberi pesan terlebih dahulu kepada saya dengan ongkir pengiriman barang dikarenakan kondisi pandemi yang membuat alat transportasi yang terbatas”.

Kemudian Ibu Silvi Oktariza menjelaskan bahwa “proses penjualan barang dengan cara mengirimkan pesan terlebih dahulu, kemudian pilih foto atau gambar menu makanan yang akan dipilih pada postingan akun instagram milik saya. Pada postingan akun instagram, saya juga memberikan daftar harga sesuai menu makanan dengan harga yang berbeda. Saya juga memberikan spesifikasi yang jelas terkait barang, alamat, dan nomor telephone pada profil toko online milik saya pribadi. Pada proses pengirimannya saya mengantar barang pesananannya secara pribadi, palingan kalau yang memesannya di luar Banda Aceh atau Aceh Besar baru saya menggunakan ongkir melalui Go Food, Gojek dan Maxim, dikarenakan kondisi pengiriman perjalanan yang jauh dan kondisi pandemi yang kita rasakan sekarang ini, juga jadi membuat terbatasnya alat transportasi”.

Ibu Rifa Salsabila menjelaskan bahwa “jika ada pembeli yang berminat untuk membeli, maka para konsumen harus memesan terlebih dahulu dan jika pembeli telah memesan barang, maka dilarang untuk membatalkan pesannya dengan cara membayar uang terlebih dahulu atas barang yang di inginkan. Pada proses pengiriman saya mengantar barang pesananannya secara pribadi, jikalau yang memesannya di luar Banda Aceh atau Aceh Besar, baru saya menggunakan ongkir melalui JNE, JNT, dan Maxim. Dikarenakan kondisi pengiriman perjalanan yang jauh dan kondisi pandemi yang kita rasakan sekarang ini, juga jadi membuat terbatasnya alat transportasi. Lalu saya akan menghubungi pihak yang memiliki barang online tersebut dan langkah selanjutnya para konsumen menunggu barang yang telah dipesan tersebut sampai. Setelah barang sampai saya

akan menghubungi para konsumen untuk memastikan barangnya samapai dengan selamat atau tidak. Pada penjualan tersebut saya mengambil barang dari berbagai toko di daerah Banda Aceh dan di luar daerah Banda Aceh yang menyediakan barang yang diinginkan para pembeli. Saya mengakui bahwa telah mempunyai izin khusus atas barang ataupun gambar yang akan di jual kembali kepada pemilik barang yang sebenarnya”.

4.3.2 Wawancara Keputusan Pembeli Online Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Di Masa Pandemi Covid-19

Adapun wawancara kepada beberapa pemebeli online dengan memutuskan untuk membeli barang-barang online di masa pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut:

- a. Saudara Farhan menyatakan bahwa *“membeli kue kepada penjualan saudara Farah Fadhillah dengan siap saji dikarenakan menyukai kue pada postingan Instagram maupun WhatsApp milik saudara Farah Fadhillah dan memutuskan untuk membeli. Saudara Farhan menyatakan bahwa hanya melihat dan membayangkan kue aslinya saja karena tidak mengetahui secara detail enak atau tidaknya kue tersebut. Tetapi Farhan mengakui bahwa merasa senang sebab ketika kue yang dipesannya sampai padanya, kue nya lezat, enak, bersih, gratis ongkos kirim, dan sesuai dengan harga pada postingan Instagram. Kemudian saudara Farhan juga menambahkan bahwa dengan adanya jual beli online di masa pandemi Covid-19 dapat memudahkan didalam melakukan pembelian, apalagi dimasa pandemi ini kondisi ekonomi tidak stabil dan imbasnya terhadap pembeli dan penjual dikarenakan harus mematuhi protokol kesehatan”.*

- b. Ibu Hasnita, S.E menyatakan bahwa “membeli rujak atau aneka juice kepada penjualan Ibu Fara Umayyah dengan siap saji, dikarenakan saya memang menyukai buah-buahan apalagi juice dan rujak memang cemilan kesukaan saya. Kemudian saya telah mengetahui spesifikasi yang jelas terkait menu makanannya, karena Ibu Fara Umayyah telah memberikan penjelasan pada gambar postingan makanannya di WhatsApp. Hanya saja saya harus membayar ongkos pengiriman pesannya, mungkin dikarenakan sulitnya alat transportasi dimasa pandemi yang dimana kita harus mematuhi protokol kesehatan. Menurut saya di zaman yang serba canggih dengan makin maraknya peningkatan pertumbuhan transaksi e-commerce yang semakin pesat, masyarakat di masa pandemi covid-19 ini saya menilai dengan berbelanja online lebih menguntungkan dari segi finansial, selain itu juga hemat waktu dan tenaga, banyaknya promo juga salah satu faktor pemicu ketertarikan berbelanja online dan dapat membandingkan harga barang pada beberapa toko online sekaligus”.
- c. Ibu Humaira, A. Md menyatakan bahwa “membeli makanan kepada penjualan Ibu Silvi Oktariza dengan siap saji, dikarenakan saya suka dengan makanan-makanan gorengannya, kemudian Ibu Silvi Oktariza adalah salah satu teman dekat saya di kampung, dengan begitu saya sudah mengetahui berbagai detail makanan yang akan saya pesan kepadanya. Di saat pengiriman pesanan makanannya saya tinggal pergi ke rumah Ibu Silvi Oktariza atau pun nanti Ibu Silvi sendiri yang akan mengantarkan ke rumah saya, tergantung dengan keadaan konfirmasi kami berdua. Menurut saya di masa pandemi Covid-19 yang kita rasakan sekarang ini, jual beli online sangat bermanfaat karena dapat membantu di dalam melakukan pembelian barang-barang yang kita inginkan, menguntungkan perekonomian masyarakat, menguntungkan dari segi waktu, tenaga,

kemudian banyaknya promo-promo khusus dari penjualnya”.

- d. Ibu Bella Dona menyatakan bahwa *“membeli accesories kepada penjualan Ibu Rifa Salsabila dengan Pre-Order dikarenakan tertarik dengan postingan pada Whatsapp maupun Instagram milik Ibu Rifa Salsabila dan memutuskan untuk membeli, saya menyatakan hanya membayangkan barang aslinya karena tidak mengetahui secara detail bahan yang digunakan. Tetapi saya merasa senang pada pembelian accesories penjualan Ibu Rifa Salsabila, karena barang yang dipesan sesuai dengan gambar dan harganya, apalagi disaat pandemi Covid-19 susah untuk keluar rumah karena harus mematuhi protokol kesehatan”.*
- e. Saudari Sarah Nadia menyatakan bahwa *“membeli baju kepada penjualan Ibu Rifa Salsabila dengan alasan membeli baju secara online yaitu barang dapat langsung diantar ke rumah tanpa harus berkeliling pasar, ditambah lagi wabah Covid-19 yang kita rasakan sekarang ini yang membuat semua orang harus mematuhi protokol kesehatan. Saya menyatakan bahwa telah menerima baju yang dipesan pada penjualan Ibu Rifa Salsabila sesuai dengan permintaan, yang dimana baju tersebut sesuai dengan bahan, ukuran, warna, dan harga pada gambar postingan Whatsapp maupun Instagram milik Ibu Rifa Salsabila”.*
- f. Saudari Khayratussara menyatakan bahwa *“membeli kaos kaki kepada penjualan Ibu Rifa Salsabila dengan alasan untuk membeli kaos kaki secara online yaitu karena barang tersebut belum ada di daerah Banda Aceh, ditambah lagi pendemi Covid-19 yang membuat saya susah keluar rumah untuk berbelanja ke Mall karena harus mematuhi protokol kesehatan. Kemudian saya mengakui bahwa telah mengetahui spesifikasi yang jelas terkait bahan, ukuran, dan warna kaos kaki yang*

akan dibeli, karena Ibu Rifa Salsabila telah memberikan penjelasan pada gambar postingan di akun media sosial miliknya”.

Menurut dari penelitian yang saya lakukan, bahwa Desa Ateuk Munjeng adalah salah satu Desa yang berbeda dengan Desa-Desa Kecamatan Baiturrahman lainnya, dimana masyarakatnya termasuk aktif didalam melakukan jual beli online di masa pandemi Covid-19 yang kita rasakan sekarang ini. Jadi kesimpulannya berdasarkan hasil beberapa wawancara dari keputusan penjual dan pembeli masyarakat Desa Ateuk Munjeng di masa pandemi Covid-19, dapat dikatakan bahwa jual beli online sangat membantu upaya perekonomian masyarakat di masa pandemi Covid-19, karena sampai sekarang masih kurangnya upaya bantuan dari pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di masa pandemi Covid-19.

4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Dalam Melakukan Jual Beli Online Selama Pandemi Covid-19

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa keputusan masyarakat Desa Ateuk Munjeng dalam melakukan jual beli online di masa pandemi Covid-19 tetap berjalan secara normal, bagi masyarakat Desa Ateuk Munjeng melakukan jual beli online di masa pandemi Covid-19 adalah langkah yang efektif dan cerdas, karena disaat wabah Covid-19 melanda di seluruh penjuru dunia mengakibatkan terjadinya penurunan pendapatan kebutuhan ekonomi suatu negara, yang dimana semua orang harus mematuhi protokol kesehatan. Oleh karena itu jual beli online sangat

berpengaruh terhadap pendapatan kebutuhan ekonomi, yang dimana jual beli online dapat membantu para penjual dan pembeli dalam bertransaksi tanpa harus bertemu langsung sehingga dapat mematuhi protokol kesehatan. Hal ini terjadi karena mayoritas responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Ateuk Munjeng, sehingga wabah pandemi Covid-19 tidak menjadi masalah dalam melakukan jual beli online, karena mayoritas masyarakatnya lebih mengutamakan kebutuhan ekonominya terpenuhi dari pada harus mematuhi protokol kesehatan yang membuat pendapatan ekonomi mereka terbatas dan tidak terpenuhi kebutuhan ekonomi yang lainnya. Maka faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat Desa Ateuk Munjeng dalam melakukan jual beli online di masa pandemi Covid-19, adalah berpengaruh terhadap pendapatan kebutuhan ekonomi dan berpengaruh terhadap keputusan memenuhi kebutuhan ekonomi. Dalam penelitian dapat disimpulkan, bahwasanya kebutuhan ekonomi lebih utama dari pada harus mematuhi peraturan pemerintah yang mewajibkan untuk mematuhi protokol kesehatan di masa pandemi Covid-19.

4.5 Dampak Jual Beli Online Terhadap Pendapatan Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dampak dari jual beli online terhadap pendapatan masyarakat Desa Ateuk Munjeng di masa pandemi Covid-19 ini belum secara eksternal atau menyeluruh dirasakan oleh masyarakat lainnya yang berada di Desa Ateuk Munjeng, Tetapi hanya dalam lingkup internal

atau sebagian masyarakat saja yang ingin melakukan jual beli online di masa pandemi Covid-19.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada penjual saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, Ibu Silvi Oktariza, dan Ibu Rifa Salsabila di lapangan diperoleh data bahwa dampak jual beli online terhadap pendapatan dimasa pandemi Covid-19 yang dilakukan oleh masyarakat Desa Ateuk Munjeng berjalan dengan normal, sehingga dalam pelaksanaan jual beli online semata-mata hanya untuk mendapatkan keuntungan memenuhi kebutuhan hidup. Apabila dilihat dari segi jual beli online dimasa pandemi Covid-19 yang dilakukan oleh masyarakat Desa Ateuk Munjeng, dalam pelaksanaannya saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, Ibu Silvi Oktariza, dan Ibu Rifa Salsabila yaitu menjual barang dagangannya dengan baik dan sesuai menurut permintaan konsumen, apabila ditinjau dari syarat jual beli salam maka hal ini sesuai karena salah satu syarat benda yang menjadi objek dalam jual beli salam adalah milik sendiri, maka akan tidak sah jika menjual barang orang lain dengan tidak seizin pemiliknya atau barang-barang yang baru akan menjadi miliknya.

Selain itu pada pendapatannya, pelaksanaan penjualan dari saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, Ibu Silvi Oktariza, dan Ibu Rifa Salsabila menjual barang secara online dimasa pandemi Covid-19 hanya merasakan beberapa bulan saja mengalami penurunan pendapatannya, dikarenakan mereka masih dengan keyakinan yang kuat dalam penjualan dagangan onlinenya untuk

memenuhi kebutuhan hidup. Mereka merasa disaat pandemi Covid-19 begitu banyak cobaan pada pendapatan bisnis onlinenya, hanya saja harus membutuhkan kerja keras yang sungguh-sungguh untuk mendapatkan target penjualan bisnis yang efektif.

Jadi berdasarkan pada keterangan diatas dampak jual beli online terhadap pendapatan masyarakat Desa Ateuk Munjeng di masa pandemi Covid-19 yang dilakukan oleh saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, Ibu Silvi Oktariza, dan Ibu Rifa Salsabila pada penjualan bisnis onlinenya hampir sepenuhnya sesuai dengan syarat benda yang menjadi objek dalam jual beli salam. Karena kejelasan barang dan harga dalam sistem jual beli ini menjadi hal yang terpenting bagi konsumen untuk menghindari penjualan online yang memiliki niat jahat dan kejelasan barang akan memberikan kenyamanan dalam melakukan transaksi.

Apabila dilihat dari rukun dalam akad salam, pelaksanaan jual beli online yang dilakukan oleh masyarakat Desa Ateuk Munjeng sudah memenuhi rukun-rukun akad salam, yaitu:

1. Aqid' yakni para pihak yang melakukan akad, terkait dengan orang yang berakad dalam jual beli online pada masyarakat Desa Ateuk Munjeng dilakukan kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli.
2. Objek jual beli salam, yaitu harga dan barang yang dipesan.
3. Shighat berupa ijab dan qabul. Dalam hal ini pelaksanaan jual beli online yang dilakukan oleh masyarakat Desa Ateuk

Munjeng yaitu akad dilakukan secara tertulis melalui chat atau pengiriman pesan online.

Apabila dilihat dari syarat sahnya jual beli salam adalah sebagai berikut:

1. Pihak yang berakad disyaratkan dewasa, berakal dan baligh. Apabila dilihat dari segi pihak yang berakad pelaksanaannya sudah sesuai dengan syarat sahnya jual beli salam, karena telah memenuhi ketentuan yang ada.
2. Barang yang dijadikan objek akad disyaratkan harus jelas dan terukur serta dibayarkan seluruhnya ketika berlangsungnya akad. Apabila dilihat dari syarat pembayaran jual beli salam hal tersebut telah terpenuhi dimana pembeli membayar lunas pada saat akad.
3. Ijab dan qabul harus diungkapkan dengan jelas, sejalan, dan tidak terpisah oleh hal-hal yang dapat memalingkan keduanya dari maksud akad, dalam hal ini telah memenuhi ketentuan yang ada.

Dalam hal ini apabila akad salam dipilih sebagai alternatif dan solusi dalam menjalankan bisnis online, maka bisnis online berkewajiban menyertakan berbagai kriteria dan spesifikasi yang terdapat pada gambar yang ditawarkan kepada para konsumen menurut syari'at islam. Penggunaan akad salam diperbolehkan dalam sistem transaksi bisnis online selama memenuhi syarat akad salam.

4.6 Jual Beli Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Selanjutnya peneliti akan menganalisis lebih lanjut mengenai Jual Beli Online yang dilakukan oleh masyarakat Desa Ateuk Munjeng. Dalam hal ini teori yang digunakan oleh peneliti adalah prinsip-prinsip muamalah dalam ekonomi islam. Karena pada dasarnya jual beli online yang dilakukan oleh masyarakat Desa Ateuk Munjeng merupakan sebuah transaksi jual beli yang dilakukan dengan pembayaran di awal atau pembayaran di akhir dan hanya melihat postingan gambar pada media sosial.

Apabila dilihat dari prinsip-prinsip muamalah dalam ekonomi islam, jual beli online yang dilakukan oleh Masyarakat Desa Ateuk Munjeng antara lain sebagai berikut:

a. **Pelarangan Gharar**

Jual beli online yang dilakukan oleh Masyarakat Desa Ateuk Munjeng sesuai dengan adanya pelarangan gharar. Dimana gharar (ketidak jelasan) pada barang dan harga menurut Erwandi (2015: 67), disebabkan beberapa hal:

1. **Fisik barang tidak Jelas**

Dalam hal ini penjualan dari saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, Ibu Silvi Oktariza, Ibu Rifa Salsabila sudah menjual barang yang jelas keberadaannya karena barang penjualannya langsung diproses secara pribadi dan ada yang menggunakan sistem Pre-Order atau Dropship,

hanya saja bahan-bahan pembuatan makanan atau barangnya yang dibeli atau diambil dari luar.

2. Sifat barang tidak jelas

Dalam hal ini penjualan dari saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, Ibu Silvi Oktariza, dan Ibu Rifa Salsabila sudah menjelaskan spesifikasi terkait gambar barang yang dijualnya melalui postingan media sosial.

3. Ukuran barang tidak jelas

Dalam hal ini penjualan dari saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, dan Ibu Silvi Oktariza, sudah menjelaskan ukuran barang yang dijual.

4. Barang bukan milik penjual

Dalam hal ini penjualan dari saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, dan Ibu Silvi Oktariza, menjual barang yang statusnya milik pribadi yang kemudian diproses dan dijual melalui media sosial. Hanya saja Ibu Rifa Salsabila menjual barang yang statusnya masih menjadi milik orang dan membuat transaksi jual beli dengan pihak ketiga tanpa meminta izin dari pemilik barang sebelumnya.

5. Kondisi objek tidak dapat dijamin kesesuaiannya dengan yang ditentukan dalam transaksi. Dalam

hal ini yang dialami oleh pembeli kepada penjualan dari saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, Ibu Silvi Oktariza, Ibu Rifa Salsabila dimana barang dalam gambar yang mereka jual kemudian dibeli oleh para konsumen sudah sesuai dengan realita atau nyata yang dilihat melalui postingan media sosial.

b. Pelarangan Bathil

Dalam melakukan transaksi, prinsip yang harus dijunjung adalah suka sama suka dan tidak ada pihak yang dizalimi dengan didasari oleh akad yang sah. Dalam hal ini penjualan dari saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, Ibu Silvi Oktariza, dan Ibu Rifa Salsabila sudah sepenuhnya sesuai dengan ketentuan yang disebutkan. Dimana sudah terdapat konsumen yang merasa senang atas barang yang di beli dengan pembayaran di awal atau di akhir dan hanya melihat pada gambar postingan melalui media sosial.

c. Maisyir

Dalam melakukan transaksi, prinsip yang dijunjung adalah tidak boleh adanya unsur maisyir atau spekulatif. Dalam hal ini penjualan dari saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, Ibu Silvi Oktariza, dan Ibu Rifa Salsabila sudah sepenuhnya sesuai dengan

ketentuan yang disebutkan. Dimana barang yang dijual ketika sampai kepada pembeli nyata dan sesuai perjanjian, yaitu terdapat pembeli yang menerima barang yang diharapkan dan tidak cacat.

Berdasarkan pada keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa jual beli online yang dilakukan oleh masyarakat Desa Ateuk Munjeng penjualan dari saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, Ibu Silvi Oktariza, dan Ibu Rifa Salsabila sudah sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah dalam ekonomi islam. Dimana sudah dapat dikatakan terhindar dari kandungan unsur jual beli gharar yaitu, ciri-ciri dan spesifikasi barang tidak jelas, menjual barang yang belum menjadi miliknya, dan barang yang di jual pada gambar tidak sesuai dengan realita. Serta terdapat unsur spekulatif dimana barang tidak dapat dipastikan kualitasnya. Ekonomi islam, mengenal adanya hak khiyar bagi pembeli, jika ternyata barang yang diterima tidak sesuai dengan spesifikasi atau gambar yang ditampilkan, maka pembeli memiliki hak untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi tersebut. Namun dalam pelaksanaannya penjualan dari saudari Farah Fadhillah, Ibu Fara Umayyah, Ibu Silvi Oktariza, dan Ibu Rifa Salsabila masih belum mengadakan hak khiyar kepada pembeli yang menerima barang yang cacat. Tetapi dalam hal ini belum terdapat konsumen yang merasa kecewa terhadap barang yang dibelinya, sementara dalam Islam jual beli harus dilakukan suka sama suka tanpa ada pihak yang terzhalimi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan berupa:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa keputusan masyarakat Desa Ateuk Munjeng dalam melakukan jual beli online di masa pandemi Covid-19 tetap berjalan secara normal, bagi masyarakat Desa Ateuk Munjeng melakukan jual beli online di masa pandemi Covid-19 adalah langkah yang efektif dan cerdas, hal ini terjadi karena mayoritas responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Ateuk Munjeng, sehingga wabah pandemi Covid-19 tidak menjadi masalah dalam melakukan jual beli online, karena mayoritas masyarakatnya lebih mengutamakan kebutuhan ekonominya terpenuhi dari pada harus mematuhi protokol kesehatan yang membuat pendapatan ekonomi mereka terbatas dan tidak terpenuhinya kebutuhan ekonomi yang lain.
2. Dampak pendapatan masyarakat dimasa pandemi Covid-19 di Desa Ateuk Munjeng berjalan dengan normal, hanya saja pendapatan para penjual tidak sebanyak yang mereka dapatkan setelah melandanya pandemi Covid-19,

dikarenakan salah satu hambatannya mereka harus mematuhi protokol kesehatan, sehingga alat transportasi pengiriman barang terbatas. Kemudian pada dampak yang lain, apabila akad salam dipilih sebagai alternatif dan solusi dalam menjalankan bisnis online, maka bisnis online berkewajiban menyertakan berbagai kriteria dan spesifikasi yang terdapat pada gambar yang ditawarkan kepada para konsumen menurut syari'at islam. Karena penggunaan akad salam diperbolehkan dalam sistem transaksi bisnis online selama memenuhi syarat pada akad salam.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya maka terdapat beberapa saran yang penulis uraikan, yaitu sebagai berikut:

1. Sebaiknya pemerintah harus lebih peka terhadap kebutuhan ekonomi masyarakat dimasa pandemi Covid-19, yang mana pemerintah memberikan upaya penanganan berupa kebutuhan pokok, subsidi, dan lain-lain. Dikarenakan dimasa pandemi Covid-19 masyarakat terbatas didalam melakukan aktifitas untuk memenuhi kebutuhan ekonominya dan mereka harus mematuhi protokol kesehatan.
2. Bagi pelaku bisnis online maupun pembeli online agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi

keputusan pembelian dan dampak pendapatan yang mereka dapatkan di masa pandemi Covid-19 agar tetap menjaga protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah dan dengan patuhnya terhadap protokol kesehatan dapat mempercepat hilangnya wabah virus Covid-19 yang kita rasakan sekarang ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Heidy. Diah Handayani. Dwi Randra Hadi. Fathiyah Isbaniah. Erlina Burhan. (2020). Penyakit Virus Corona 2019. *Jurnal Respirologi Indonesia*, 40(2), 119-129.
- Atmojo, Pangih Pra Dwi. (2002). *Internet Untuk Bisnis I*. Jogjakarta: Dirkomnet Training.
- Breckler, S. J. (1984). Empirical Validation Of Effect, Behavior, and Cognition As Distinct Components Of Attitude. *Journal Of Personality and Psychology*, 47(6)191-205.
- Cahyani, A. I. (2013). *Fiqh Muamalah*. Makassar: Alauddin University Press.
- Deavaj. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Erwandi, Tarmizi. (2015). *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor: PT. Berkah Mulia Insani.
- Fielnanda, R. (2018). Alternatif Perhitungan Return Shahibul Mal Pada Skema Mudharabah Bank Syariah. *Jurnal An-Nahdhah*, 120-129.
- Harun. (2007). *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Hasan, M. A. (2004). *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Jayanti, Ratna Dwi. (2015). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Eksis*, 10(1), 14-27.
- Karim, Adiwarmam. (2007). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, And Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal Of Marketing*, 57(1), 1-22.
- Maghfuroh, W. (2020). Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam. *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah*, 2(1), 33-40.
- Mujiyana. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *Jurnal TI Undip*, 8(3), 143-152.
- Mutiara, K. D. (2004). *Delapan Langkah Dan Tujuh Alat Statistik Untuk Peningkatan Mutu Berbasis Komputer*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Muttaqin, A. (2009). *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*. Malang: Lembaga Penelitian Universitas Muhammadiyah.
- Nasional, D. P. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Edisi IV. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Nazir, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Neogroho, Agung. (2010). *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Parwanto, Edy. (2020). Virus Corona (2019-nCov) Penyebab COVID-19. *Jurnal Biomedika Kesehatan*, 3(1), 1-2.
- Prasetyo, Yoyok. (2018). *Ekonomi Syariah*. Medan: Aria Mandiri Group.
- Putra, M. D. (2019). Jual Beli Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research*, 83-102.

- RI, Departemen Agama. (2006). *Al-Qur'an dan terjemahnya*. Surabaya: CV. Pustaka Agung.
- Rianto, M. N.-A. (2013). Penjualan Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Ijtihad : Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*, 13(1), 33-48.
- Ristiyanti. Yuri Murdo. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Online Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(1), 99-108.
- Rozalinda. (2005). *Fiqh Mu'amalah Dan Aplikasinya Pada Perbankan Syari'ah*. Padang: Hafya Press.
- Santoso, Sugeng. (2016). Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif KUH Perdata Dan Hukum Islam. *Ahkam*, 4(2), 217-246.
- Shadily, Hasan. dan J. M. Echols. (2003). *Kamus Bahasa Inggris*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sukirno, Sadono. (2006). *Ekonomi Pembangunan*. Jakarta: LPFE UI.
- Utomo, Setiawan Budi. (2003). *Fiqh Aktual Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Widiyanto, Ibnu. Sri Lestari Prasilowati. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 109-112.
- Zulriski, Hemnur. (2008). "Analisis Pendapatan Pedagang Sayur Keliling Di Kelurahan Tegallega Kota Bogor". *Skripsi*. Bogor: IPB.

LAMPIRAN

Daftar Wawancara Penjual Online

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”

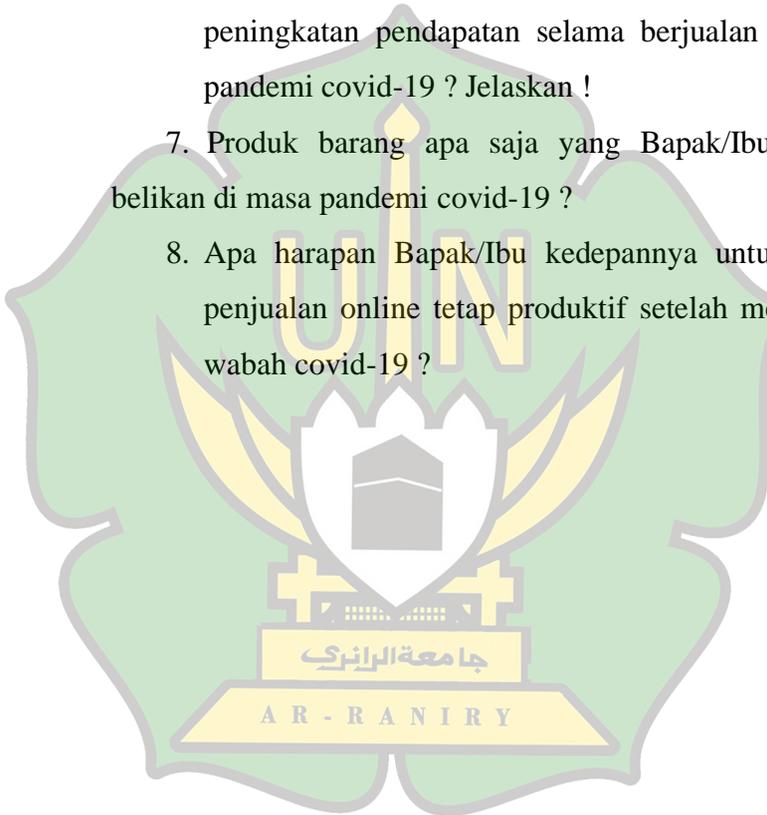
I. Data Pribadi Informan

Nama :
Usia :
Alamat :
Jenis Kelamin :
Status :
Profesi Usaha :

II. Daftar Wawancara Informan

1. Sejak kapan Bapak/Ibu memulai bisnis berjualan online di masa pandemi Covid-19 ?
2. Bagaimana filosofi bisa terwujudnya suatu usaha bisnis online tersebut ?
3. Aplikasi apa saja yang Bapak/Ibu gunakan saat mekukan bisnis penjualan online ?

4. Apa keputusan tujuan dari bisnis penjualan online tersebut ?
5. Berapakah kisaran modal awal Bapak/Ibu dalam melakukan usaha bisnis online ?
6. Apakah usaha bisnis online Bapak/Ibu mengalami peningkatan pendapatan selama berjalan di masa pandemi covid-19 ? Jelaskan !
7. Produk barang apa saja yang Bapak/Ibu perjual belikan di masa pandemi covid-19 ?
8. Apa harapan Bapak/Ibu kedepannya untuk bisnis penjualan online tetap produktif setelah meredanya wabah covid-19 ?



Daftar Wawancara Pembeli Online

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”

I. Data Pribadi Informan

Nama :
Usia :
Alamat :
Jenis Kelamin :
Status :
Profesi :

II. Daftar Wawancara Informan

1. Sejak kapan Bapak atau Ibu mulai melakukan pembelian online ?
2. Aplikasi apa saja yang Bapak atau Ibu gunakan saat melakukan pembelian online ?
3. Bagaimana keputusan Bapak atau Ibu terhadap pembelian online ?
4. Apa saja kelebihan dan kekurangan saat melakukan pembelian online ?

5. Produk-produk apa saja yang biasa Bapak atau Ibu beli dengan pembelian online ?
6. Bagaimana pendapat Bapak atau Ibu terhadap pembelian online di masa pandemi covid-19 ?
7. Apakah pandemi covid-19 mempengaruhi pembelian online ? Jelaskan !



Lampiran 1: Pedoman Wawancara Penjual Online

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”

I. Data Pribadi Informan

Nama : Fara Umayyah, S.E
Usia : 36 Tahun
Alamat : Jalan Merak No. 25
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Wiraswasta
Profesi Usaha : Garuda Rujak (penjual buah, juice, dan rujak online)

II. Daftar Wawancara Informan

1. Sejak kapan Bapak/Ibu memulai bisnis berjualan online di masa pandemi Covid-19 ?

Jawab : Sejak tahun 2019 dan 1 bulan setelah pandemi Covid-19 melanda, karena berjualan online menjadi salah satu alternatif untuk memasarkan produk yang kita jual untuk menekan interaksi secara langsung.

2. Bagaimana filosofi bisa terwujudnya suatu usaha bisnis online tersebut ?

Jawab : Filosofinya ada menjual produk (makanan atau minuman) yang enak, higienis, dan menarik.

3. Aplikasi apa saja yang Bapak/Ibu gunakan saat mekukan bisnis penjualan online ?

Jawab : Aplikasi yang digunakan adalah Grab, Gojek, dan Maxim.

4. Apa keputusan tujuan dari bisnis penjualan online tersebut ?

Jawab : Karena berjualan secara online lebih mudah karena tidak ada batasan akses informasi dan bisa dilakukan di lokasi dimana saja.

5. Berapakah kisaran modal awal Bapak/Ibu dalam melakukan usaha bisnis online ?

Jawab : Modal awal untuk berjualan online berkisar 10 juta.

6. Apakah usaha bisnis oline Bapak/Ibu mengalami peningkatan pendapatan selama berjualan di masa pandemi covid-19 ? Jelaskan !

Jawab : Akan tetap berjalan, asalkan kita menjaga kualitas produk yang kita jual agar pelanggan menjadi puas.

7. Produk barang apa saja yang Bapak/Ibu perjual belikan di masa pandemi covid-19 ?

Jawab : Rujak, buah segar, sop buah, dan aneka juice.

8. Apa harapan Bapak/Ibu kedepannya untuk bisnis penjualan online tetap produktif setelah meredanya wabah covid-19 ?

Jawab : Harapannya adalah permintaan daya beli melalui aplikasi online tetap berjalan.



Lampiran 2: Pedoman Wawancara Penjual Online

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”

I. Data Pribadi Informan

Nama : Farah Fadhillah
Usia : 21 Tahun
Alamat : Jalan Tandi III
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Mahasiswa
Profesi Usaha : Cut Dek Cake (penjual kue online)

II. Daftar Wawancara Informan

1. Sejak kapan Bapak/Ibu memulai bisnis berjualan online di masa pandemi Covid-19 ?

Jawab : 2 bulan setelah Pandemi Covid-19 melanda.

2. Bagaimana filosofi bisa terwujudnya suatu usaha bisnis online tersebut ?

Jawab : Sejak tahun 2013 kami sudah terjun ke dunia bisnis, tetapi pada saat itu masih offline

belum mengenal yang namanya online dan pada saat itu juga kami mulai buka usaha menjual kue basah pada setiap harinya, setiap pagi kami mengantarnya atau menitipnya pada setiap warkop-warkop yang ada di desa-desa, kota, dan pasar. Semakin berjalannya waktu kami mulai menjual kue kering yang pada umumnya kue tersebut dibeli pada saat lebaran Idul Fitri atau Idul Adha, dan pada tahun 2018 kami mulai terjun ke dunia bisnis dan usaha online, kami pun mulai membuat akun dan mulai memperluas jaringan. Alhamdulillah bisnis tersebut masih berjalan sampai sekarang.

3. Aplikasi apa saja yang Bapak/Ibu gunakan saat melakukan bisnis penjualan online ?

Jawab : Aplikasi Instagram dan Whatsapp.

4. Apa keputusan tujuan dari bisnis penjualan online tersebut ?

Jawab : Untuk mempermudah orang lain didalam berbelanja tanpa harus membuang waktu untuk ke lokasi penjualan dan mempermudah kami didalam berbisnis

tanpa harus bersusah payah untuk membuka lapangan penjualan diluar.

5. Berapakah kisaran modal awal Bapak/Ibu dalam melakukan usaha bisnis online ?

Jawab : Kisaran 25 juta dan lebih.

6. Apakah usaha bisnis online Bapak/Ibu mengalami peningkatan pendapatan selama berjualan di masa pandemi covid-19 ? Jelaskan !

Jawab : Terkadang menurun, terkadang meningkat. Apalagi di awal adanya Covid-19, banyaknya kerugian yang kami dapatkan, dan pada pertengahan wabah Covid-19 pendapatan mulai meningkat sedikit demi sedikit.

7. Produk barang apa saja yang Bapak/Ibu perjual belikan di masa pandemi covid-19 ?

Jawab : Kami menjual makanan siap saji.

8. Apa harapan Bapak/Ibu kedepannya untuk bisnis penjualan online tetap produktif setelah meredanya wabah covid-19 ?

Jawab : Harapan yang paling kami harapkan adalah dapat menjual di toko pribadi, karena kami masih dalam keadaan penjualan *made home*, dan bisnis online akan semakin lancar kami tingkatkan.

Lampiran 3: Pedoman Wawancara Penjual Online

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”

I. Data Pribadi Informan

Nama : Silvi Oktariza
Usia : 27 Tahun
Alamat : Jalan Tandi II
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Ibu Rumah Tangga
Profesi Usaha : Cooking Queen (penjual kue dan makanan online)

II. Daftar Wawancara Informan

1. Sejak kapan Bapak/Ibu memulai bisnis berjualan online di masa pandemi Covid-19 ?
Jawab : Sejak 2 bulan 3 minggu setelah Covi-19 melanda.
2. Bagaimana filosofi bisa terwujudnya suatu usaha bisnis online tersebut ?

Jawab : Berawal dari hobi masak dan membuat kue, kemudian ingin menghasilkan uang sendiri atau modal pendapatan sendiri walaupun sudah menjadi ibu rumah tangga. Kemudian sejak tahun 2018 saya memulai bisnis secara online.

3. Aplikasi apa saja yang Bapak/Ibu gunakan saat melakukan bisnis penjualan online ?

Jawab : Aplikasi Instagram dan Facebook.

4. Apa keputusan tujuan dari bisnis penjualan online tersebut ?

Jawab : Untuk menambah penghasilan atau pendapatan pribadi dan menambah kegiatan.

5. Berapakah kisaran modal awal Bapak/Ibu dalam melakukan usaha bisnis online ?

Jawab : Modal awal sekisaran lebih kurang 1 juta rupiah.

6. Apakah usaha bisnis online Bapak/Ibu mengalami peningkatan pendapatan selama berjualan di masa pandemi covid-19 ? Jelaskan !

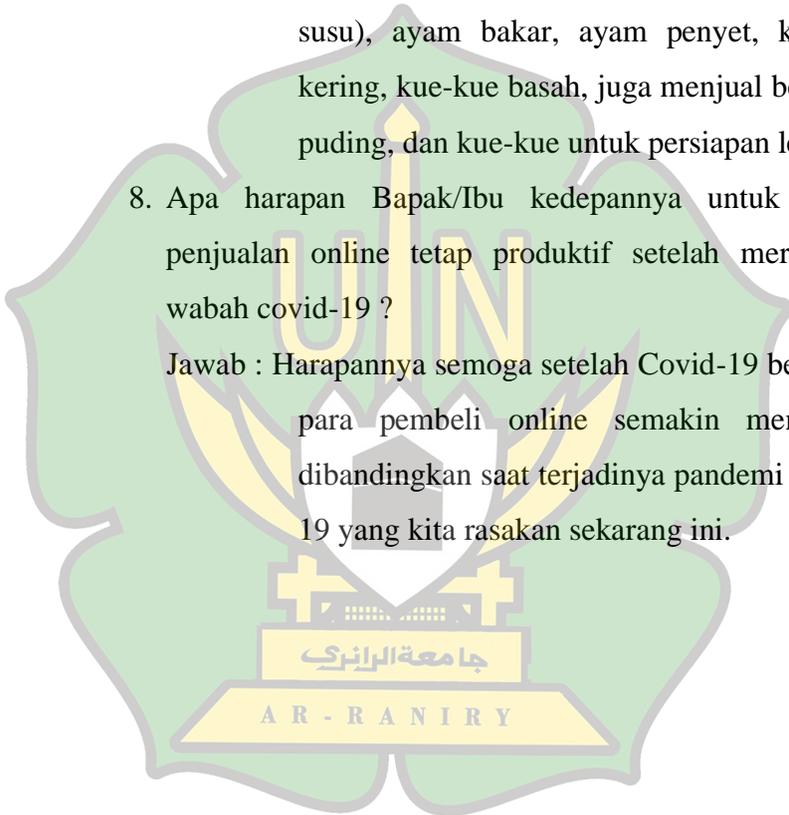
Jawab : Pada awal pandemi Covid-19 tidak mengalami peningkatan, karena mungkin orang juga lagi banyak yang kekurangan ekonomi disaat pandemi melanda. Tetapi pada pertengahan pandemi Covid-19, penjualan dan pendapatan saya mulai meningkat secara perlahan.

7. Produk barang apa saja yang Bapak/Ibu perjual belikan di masa pandemi covid-19 ?

Jawab : Saya menjual berbagai macam kue dan makanan siap saji seperti goreng-gorengan (lumpia ayam, risol rogout ayam, pastel ayam, molen susu), ayam bakar, ayam penyet, kue-kue kering, kue-kue basah, juga menjual berbagai puding, dan kue-kue untuk persiapan lebaran.

8. Apa harapan Bapak/Ibu kedepannya untuk bisnis penjualan online tetap produktif setelah meredanya wabah covid-19 ?

Jawab : Harapannya semoga setelah Covid-19 berakhir, para pembeli online semakin meningkat dibandingkan saat terjadinya pandemi Covid-19 yang kita rasakan sekarang ini.



Lampiran 4: Pedoman Wawancara Penjual Online

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”

I. Data Pribadi Informan

Nama : Rifa Salsabila
Usia : 25 Tahun
Alamat : Jalan Balai Desa No.7, Desa Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Wiraswasta
Profesi Usaha : Happy Store (Penjual Online Perlengkapan Accesories, Pakaian Wanita, dan Alat-Alat Kosmetik).

II. Daftar Wawancara Informan

1. Sejak kapan Bapak/Ibu memulai bisnis berjualan online di masa pandemi Covid-19 ?
Jawab : 4 bulan setelah pandemi Covid-19 melanda.
2. Bagaimana filosofi bisa terwujudnya suatu usaha bisnis online tersebut ?

Jawab : Karena saya ada niat untuk menjadi seorang pembisnis pastinya akan membutuhkan banyak biaya untuk memenuhi kebutuhan bisnis tersebut dan lainnya, dari situ saya berpikir untuk membuka usaha bisnis online shop dan pada tahun 2019 saya mulai membuka usaha online shop.

3. Aplikasi apa saja yang Bapak/Ibu gunakan saat mekukan bisnis penjualan online ?

Jawab : Shopee, Instagram, dan WhatsApp.

4. Apa keputusan tujuan dari bisnis penjualan online tersebut ?

Jawab : Untuk mendapatkan penghasilan dan dapat berkomunikasi atau bersosial dengan masyarakat.

5. Berapakah kisaran modal awal Bapak/Ibu dalam melakukan usaha bisnis online ?

Jawab : Rp. 500.000

6. Apakah usaha bisnis oline Bapak/Ibu mengalami peningkatan pendapatan selama berjualan di masa pandemi covid-19 ? Jelaskan !

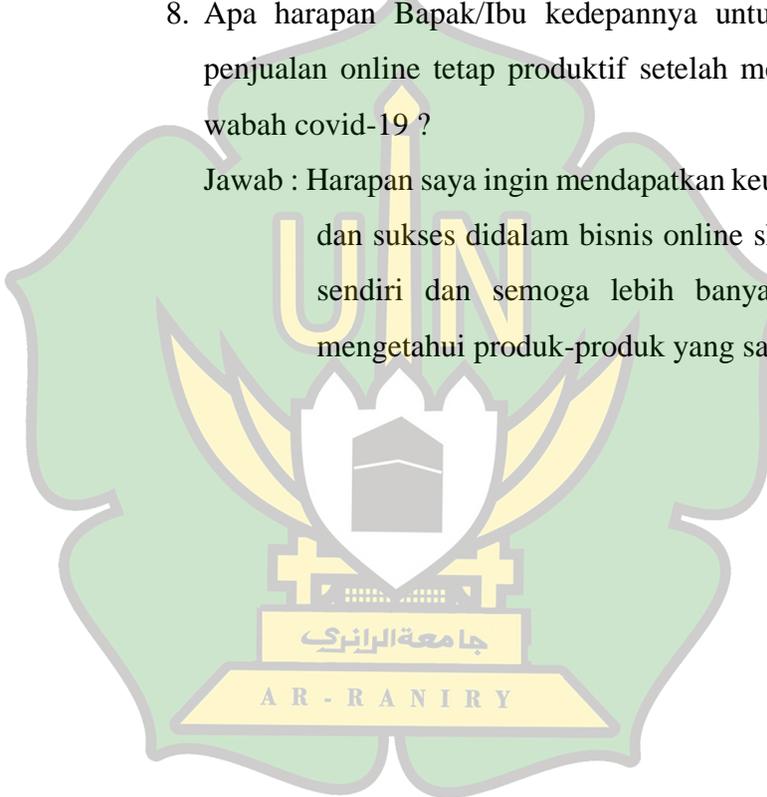
Jawab : Selama pandemi Covid-19 penjualan online saya meningkat dan ada kalanya menurun, tetapi tergantung juga sama pembelinya.

7. Produk barang apa saja yang Bapak/Ibu perjual belikan di masa pandemi covid-19 ?

Jawab : Baju, jilbab, alat-alat kosmetik, sandal, sepatu, kaos kaki, tas, dan accesories lainnya.

8. Apa harapan Bapak/Ibu kedepannya untuk bisnis penjualan online tetap produktif setelah meredanya wabah covid-19 ?

Jawab : Harapan saya ingin mendapatkan keuntungan dan sukses didalam bisnis online shop saya sendiri dan semoga lebih banyak orang mengetahui produk-produk yang saya jual.



Lampiran 5: Pedoman Wawancara Pembeli Online

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”

I. Data Pribadi Informan

Nama : Hasnita, S.E
Usia : 39 Tahun
Alamat : Jalan Merak No. 19
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Pegawai Bank BPR Ingin Jaya
Profesi : Pembeli Online

II. Daftar Wawancara Informan

1. Sejak kapan Bapak atau Ibu mulai melakukan pembelian online ?

Jawab : Pembelian online baru efektif saya lakukan ketika masa pandemi Covid-19, dimana banyak toko-toko tutup sementara kebutuhan harus saya penuhi. Cukup melihat katalog produk, memilih, memasukkan

metode pembayaran, dan memilih jasa pengiriman.

2. Aplikasi apa saja yang Bapak atau Ibu gunakan saat melakukan pembelian online ?

Jawab : Shopee, Lazada, dan Blibli

3. Bagaimana keputusan Bapak atau Ibu terhadap pembelian online ?

Jawab : Di zaman yang serba canggih dengan makin maraknya peningkatan pertumbuhan transaksi *e-commerce* yang semakin pesat, masyarakat menilai dengan berbelanja online lebih menguntungkan dari segi finansial, selain itu juga hemat waktu dan tenaga, banyaknya promo jual salah satu faktor pemicu ketertarikan belanja online, dan dapat membandingkan harga barang pada beberapa toko online.

4. Apa saja kelebihan dan kekurangan saat melakukan pembelian online ?

Jawab : a. Kelebihan : - Praktis dan Efisien
- Pilihan produk yang bervariasi
- Banyak promo, diskon, dan cashback

- b. Kekurangan : - Barang tidak sesuai ekspektasi
- Cenderung membeli barang yang tidak atau belum diperlukan
 - Rawan dengan adanya penipuan

5. Produk-produk apa saja yang biasa Bapak atau Ibu beli dengan pembelian online ?

Jawab : Produk kecantikan, produk fashion, produk buku, dan produk kebutuhan anak-anak.

6. Bagaimana pendapat Bapak atau Ibu terhadap pembelian online di masa pandemi covid-19 ?

Jawab : Menurut saya, kecenderungan tren berbelanja online atau virtual semakin meningkat sejak pandemi Covid-19 melanda dunia. Semakin banyak pengguna internet membeli bermacam-macam produk secara online melalui berbagai perangkat elektronik disebabkan banyaknya pembatasan sosial yang dilakukan pemerintah menyebabkan banyak tempat perbelanjaan ditutup dan pembatasan gerak sosial.

7. Apakah pandemi covid-19 mempengaruhi pembelian online ? Jelaskan !

Jawab : Social Distancing menyebabkan konsumen menjadi lebih banyak waktu dirumah, sehingga banyak permintaan konsumen yang melonjak melalui pembelian online.



Lampiran 6: Pedoman Wawancara Pembeli Online

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”

I. Data Pribadi Informan

Nama : Humaira, A. Md
Usia : 26 Tahun
Alamat : Jalan Merak No. 17
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Pegawai Negeri Sipil
Profesi : Pembeli Online

II. Daftar Wawancara Informan

1. Sejak kapan Bapak atau Ibu mulai melakukan pembelian online ?

Jawab : Sejak tahun 2019.

2. Aplikasi apa saja yang Bapak atau Ibu gunakan saat melakukan pembelian online ?

Jawab : Shopee dan Zalora.

3. Bagaimana keputusan Bapak atau Ibu terhadap pembelian online ?

Jawab : Menurut saya pembelian online ini bagus dan cepat, apalagi di masa pandemi Covid-19

kita tidak bisa kemana-mana bebas keluar rumah karena harus mematuhi protokol kesehatan.

4. Apa saja kelebihan dan kekurangan saat melakukan pembelian online ?

Jawab : Menurut saya sama saja, karena saya tidak melihat kelebihan atau kurangnya produk barang yang saya pesan, yang penting barang yang saya pesan sampai dengan selamat.

5. Produk-produk apa saja yang biasa Bapak atau Ibu beli dengan pembelian online ?

Jawab : Baju, tas, sepatu, dan lain-lain.

6. Bagaimana pendapat Bapak atau Ibu terhadap pembelian online di masa pandemi covid-19 ?

Jawab : Semoga pemebeliansnya bisa makin lancar dan tetap menjaga protokol kesehatan.

7. Apakah pandemi covid-19 mempengaruhi pembelian online ? Jelaskan !

Jawab : Menurut saya tidak mempengaruhi, karena setiap produk barang yang saya pesan selalu sampai dengan selamat dan kualitas produk barang-barangnnya pun bagus.

Lampiran 7: Pedoman Wawancara Pembeli Online

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”

I. Data Pribadi Informan

Nama : Farhan
Usia : 23 Tahun
Alamat : Jalan Nyak Adam Kamil II
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Status : Wiraswasta
Profesi : Pembeli Online

II. Daftar Wawancara Informan

1. Sejak kapan..Bapak atau Ibu mulai melakukan pembelian online ?

Jawab : Sejak tahun 2017, ketika punya uang, dan ketika lagi promo.

2. Aplikasi apa saja yang Bapak atau Ibu gunakan saat mekukan pembelian online ?

Jawab : Shopee dan Lazada.

3. Bagaimana keputusan Bapak atau Ibu terhadap pembelian online ?

Jawab : Lebih praktis.

4. Apa saja kelebihan dan kekurangan saat melakukan pembelian online ?

Jawab : Kelebihannya, lebih mudah dalam melakukan transaksi dan pembelian. Kekurangannya, tidak bisa dilihat langsung barangnya dan kebanyakan tidak sesuai dengan pesanan atau spesifikasi pada produk barangnya.

5. Produk-produk apa saja yang biasa Bapak atau Ibu beli dengan pembelian online ?

Jawab : Baju, produk-produk elektronik, dan lain-lain.

6. Bagaimana pendapat Bapak atau Ibu terhadap pembelian online di masa pandemi covid-19 ?

Jawab : Terjadinya pengurangan minat untuk membeli dan menjual, disebabkan oleh kondisi ekonomi tidak stabil sehingga imbasnya kepada para penjual dan pembeli yang dikarenakan harus mematuhi protokol kesehatan.

7. Apakah pandemi covid-19 mempengaruhi pembelian online ? Jelaskan !

Jawab : Sangat mempengaruhi, dikarenakan kondisi keuangan pembeli yang tidak stabil dan masih banyak kebutuhan yang harus dibeli.

Melihat kondisi seperti ini bukan saya aja yang merasakan dampak dari pengaruh Covid-19, tetapi semua manusia diseluruh penjuru dunia merasakannya. Di tambah lagi dengan kebijakan pemerintah Indonesia yang sangat kurang untuk membangkitkan ekonomi masyarakat di masa pandemi Covid-19 ini, sungguh terlalu.



Lampiran 8: Pedoman Wawancara Pembeli Online

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”

I. Data Pribadi Informan

Nama : Bella Dona
Usia : 27 Tahun
Alamat : Jalan Langgar No.45, Desa
Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Wiraswasta
Profesi : Pembeli Online

II. Daftar Wawancara Informan

1. Sejak kapan Bapak atau Ibu mulai melakukan pembelian online ?

Jawab : Sejak umur 18 tahun.

2. Aplikasi apa saja yang Bapak atau Ibu gunakan saat melakukan pembelian online ?

Jawab : shopee dan tokopedia

3. Bagaimana keputusan Bapak atau Ibu terhadap pembelian online ?

Jawab : Worth it, karena barang yang dijual banyak variasi dan beragam walaupun terkadang barang yang dikirim tidak sesuai ekspektasi.

4. Apa saja kelebihan dan kekurangan saat melakukan pembelian online ?

Jawab :

Kelebihannya :

- Barang yang tersedia sangat banyak bervariasi dan beragam model brand yang ngetren.
- Bisa memilih harga yang kita mau dan membelinya terjangkau.

Kelemahannya :

- Banyak barang yang tidak sesuai ekspektasi.

5. Produk-produk apa saja yang biasa Bapak atau Ibu beli dengan pembelian online ?

Jawab : جامعة البرازيل

- Pakaian & Aksesoris
- Alat Rumah tangga
- Dan Perlengkapan pendidikan

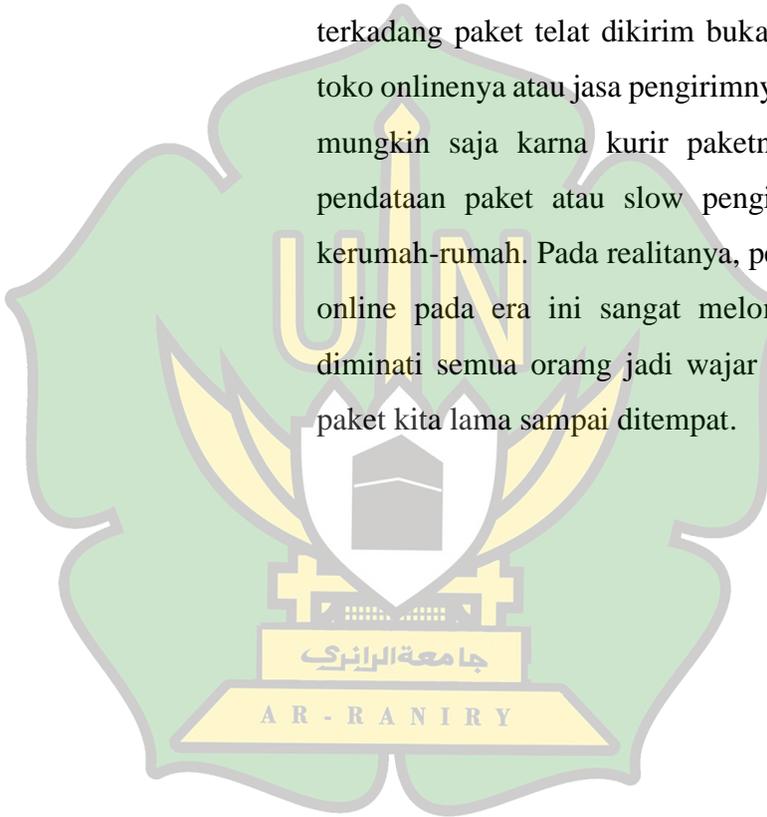
6. Bagaimana pendapat Bapak atau Ibu terhadap pembelian online di masa pandemi covid-19 ?

Jawab : Menurut Saya, tidak ada pengaruh apapun pada masa pandemi ini, rata-rata barang

yang saya beli selama pandemi dikirim sesuai dengan estimasi pengiriman.

7. Apakah pandemi covid-19 mempengaruhi pembelian online ? Jelaskan !

Jawab : Tidak mempengaruhi apapun, karena terkadang paket telat dikirim bukan karena toko onlinenya atau jasa pengirimnya karena mungkin saja karna kurir pakatnya slow pendataan paket atau slow pengirimman kerumah-rumah. Pada realitanya, pembelian online pada era ini sangat melonjak dan diminati semua orang jadi wajar saja jika paket kita lama sampai ditempat.



Lampiran 9: Pedoman Wawancara Pembeli Online

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”

I. Data Pribadi Informan

Nama : Sarah Nadia
Usia : 22 Tahun
Alamat : Jalan Lingge No.12, Desa Ateuk
Munjeng
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Wiraswasta
Profesi : Pembeli Online

II. Daftar Wawancara Informan

1. Sejak kapan Bapak atau Ibu mulai melakukan pembelian online ?

Jawab : Sejak 3 tahun yang lalu.

2. Aplikasi apa saja yang Bapak atau Ibu gunakan saat melakukan pembelian online ?

Jawab : Shopee, Tokopedia, dan Lazada.

3. Bagaimana keputusan Bapak atau Ibu terhadap pembelian online ?

Jawab : Sangat membantu terutama menghemat tenaga, dimana pembeli tidak lagi harus ke toko atau store langsung untuk melihat barang, cukup melihat di aplikasi dengan detail produk yang sudah sangat lengkap.

4. Apa saja kelebihan dan kekurangan saat melakukan pembelian online ?

Jawab : Kelebihan dari pembelian online adalah yg pertama dapat menghemat tenaga, kita bisa belanja apa saja dimana saja dan kapan saja, kemudian jangkauan barang nya sangat luas, tidak hanya di daerah tertentu saja, kita bisa mencari barang sesuai kriteria yang kita inginkan dengan mudah, dan harganya juga relatif lebih murah karena kita bisa beli dari produsen nya langsung. Sedangkan kekurangan dari belanja online adalah barang yang tidak sesuai ekspektasi pembeli, barang yang tidak bisa dicoba terlebih dahulu, proses pengiriman yang lama, serta rawan terjadi penipuan.

5. Produk-produk apa saja yang biasa Bapak atau Ibu beli dengan pembelian online ?

Jawab : Segala jenis produk, mulai dari pakaian, elektronik, alat rumah tangga, bahkan makanan.

6. Bagaimana pendapat Bapak atau Ibu terhadap pembelian online di masa pandemi covid-19 ?

Jawab : Pembelian online di masa pandemi covid-19 sedikit banyaknya mempengaruhi lamanya pengiriman barang.

7. Apakah pandemi covid-19 mempengaruhi pembelian online ? Jelaskan !

Jawab : Pandemi covid-19 sedikit banyaknya mempengaruhi lamanya proses pengiriman barang dikarenakan sebagian pegawai yang diharuskan untuk WFH, dan proses transit yang lama. Di sisi lain dengan adanya pandemi Covid-19 mempengaruhi minat pembeli untuk melakukan belanja online dikarenakan pembatasan kerumunan di tempat perbelanjaan, jadi sebagian besar orang lebih tertarik untuk belanja secara online.

Lampiran 10: Pedoman Wawancara Pembeli Online

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jual Beli Online Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Masyarakat Desa Ateuk Munjeng Kota Banda Aceh)”

I. Data Pribadi Informan

Nama : Khayratussara
Usia : 22 Tahun
Alamat : Jalan Tandi II, Gang Syedara
No.10, Desa Ateuk Munjeng
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Mahasiswa
Profesi : Pembeli Online

II. Daftar Wawancara Informan

1. Sejak kapan Bapak atau Ibu mulai melakukan pembelian online ?

Jawab : Saya mulai melakukan pembelian online semenjak saya diberi akses Handphone pribadi dan internet dari orangtua saya. Kira-kira awal mula saya menggunakan Handphone itu semenjak awal masuk kuliah tahun 2017.

2. Aplikasi apa saja yang Bapak atau Ibu gunakan saat melakukan pembelian online ?

Jawab : Aplikasi yang biasa saya gunakan yaitu Shopee, tapi di beberapa waktu saya menggunakan Instagram dan WhatsApp, yang mana jika menggunakan Instagram ataupun aplikasi WhatsApp, saya tidak menggunakan perantara orang ketiga. Saya langsung menghubungi owner business online tersebut, karena barang yang dijual itu dipublikasikan dalam bentuk status WhatsApp ataupun Insta Story mereka para penjual.

3. Bagaimana keputusan Bapak atau Ibu terhadap pembelian online ?

Jawab : Menurut saya pribadi, pandangan terhadap pembelian online itu merupakan salah satu inovasi baru yang berdampak positif. Terlebih lagi posisi saya sebagai generasi Z yang lebih memahami penggunaan teknologi, karena pembelian online sangat membantu saya dalam mempersingkat waktu dan mempermudah proses pembelian tanpa harus datang langsung ke lokasi tersebut.

4. Apa saja kelebihan dan kekurangan saat melakukan pembelian online ?

Jawab : Kelebihannya adalah, proses pembelian online itu memberikan kita peluang besar untuk mencari barang dengan kualitas dan harga yang kita inginkan dalam waktu yang lebih singkat, dibandingkan dengan harus mendatangi lokasi penjualan door to door untuk mencari barang berkualitas dan harga yang sesuai keinginan. Point yang paling utama dalam pembelian online kita bisa melakukan proses pembelian tersebut dimana dan kapan saja. Hal ini sangat efektif bagi beberapa orang yang mempunyai kesibukan tinggi. Sedangkan kekurangannya adalah, salah satunya yaitu, hasil yang tidak sesuai dengan ekspektasi. Banyak dari beberapa kejadian, bentuk barang yang dibeli tidak sesuai dengan foto yang dipublikasikan. Kemudian, tingkat kemungkinan penipuan dalam proses pembelian online jauh lebih tinggi dibandingkan dengan proses pembelian langsung di tempat.

5. Produk-produk apa saja yang biasa Bapak atau Ibu beli dengan pembelian online ?

Jawab : Produk yang biasa saya beli online yaitu produk pakaian dan barang-barang yang tingkat keyakinannya sesuai dengan barang tersebut dengan foto yang ditampilkan. Contohnya seperti tas, sepatu, dan kaos kaki.

6. Bagaimana pendapat Bapak atau Ibu terhadap pembelian online di masa pandemi covid-19 ?

Jawab : Menurut saya dengan adanya pembelian online di masa pandemi Covid-19 sangat membantu dalam upaya penurunan kasus covid-19. Konsumen tidak harus melakukan pembelian langsung di tempat, yang mana hal tersebut merupakan salah satu upaya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat atau yang biasa disebut dengan PPKM.

7. Apakah pandemi covid-19 mempengaruhi pembelian online ? Jelaskan !

Jawab : Pandemi Covid 19 sangat mempengaruhi pembelian online. Dengan keadaan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat), secara tidak langsung pembelian online menjadi opsi utama dalam

kegiatan proses jual beli. Kemudian juga semenjak dengan adanya pandemic, karena para sebagian konsumen dipekerjakan dari rumah, tingkat minat pembelian online juga semakin tinggi. Penyebabnya yaitu perbedaan kegiatan dari masa sebelum pandemic menjadikan para konsumen lebih banyak menghabiskan waktu di rumah dengan Handphone mereka.



Lampiran 11: Dokumentasi Penjual Online Dan Pembeli Online

- a. Dokumentasi dengan Penjual Online, Saudari Farah Fadhillah dan barang penjualannya :



Putri salju



Nastar



Good time kacang



Skippy



Double chocochip cookies



Good time



Nastar



Brownies kering



Bangkit keju



Braizing



Bangkit susu



choco pearl



A R - R A N

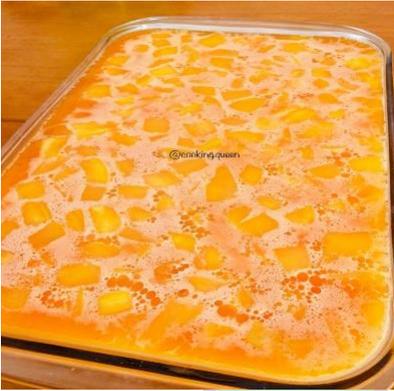


b. Dokumentasi dengan penjual online, Ibu Fara Umayyah,
S.E dan barang penjualannya :



c. Dokumentasi dengan penjual online, Ibu Silvi Oktariza dan barang penjualannya :



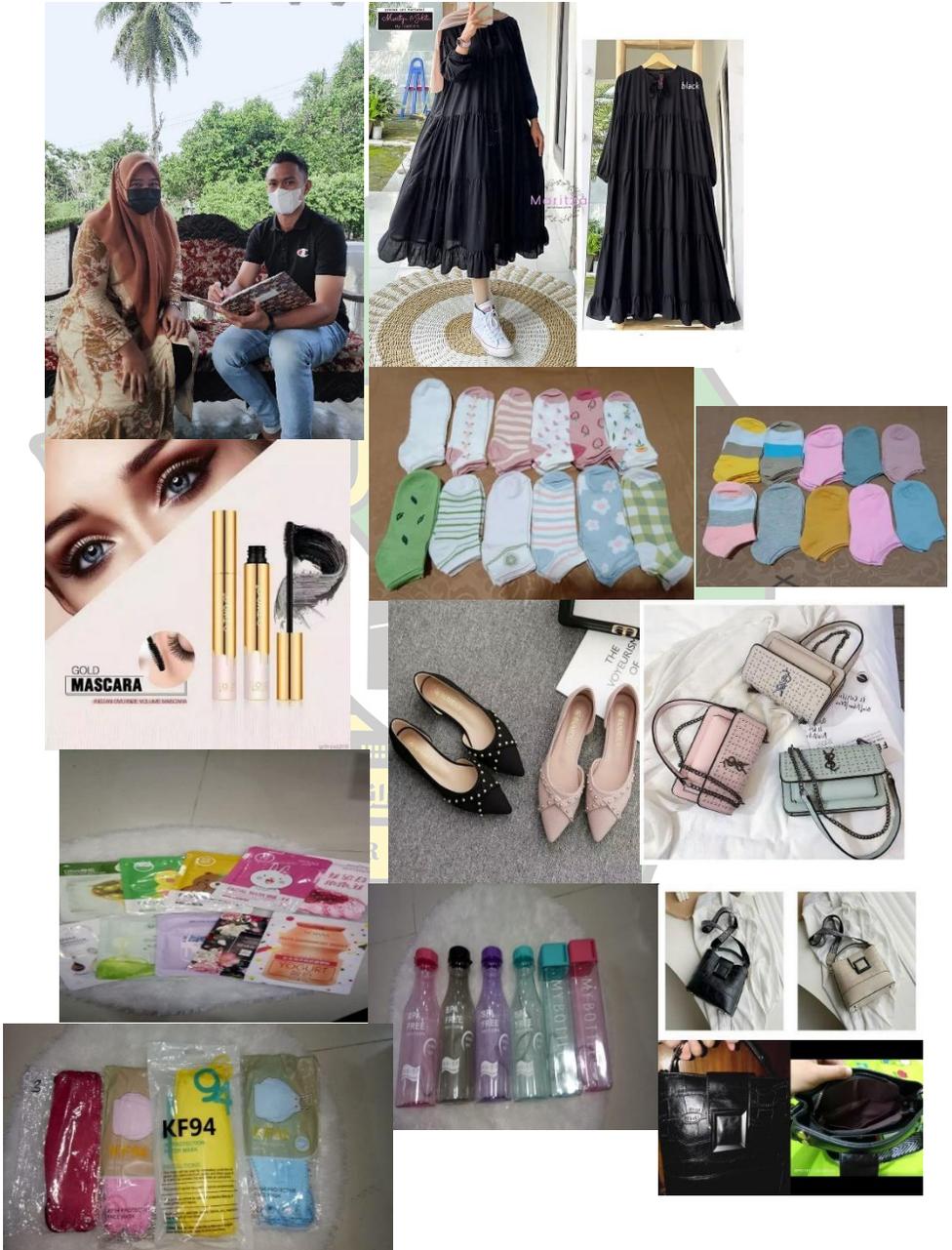


جامعة الاردن



A R - R A N I R Y

d. Dokumentasi dengan penjual online, Ibu Rifa Salsabila dan barang penjualannya :



- e. Dokumentasi dengan pembeli online, Ibu Hasnita, S.E, Ibu Humaira, A. Md, Ibu Bella Dona, Saudari Khayratussara, Saudari Sarah Nadia, dan Saudara Farhan :



