

**SKRIPSI**

**PENERAPAN JASA TITIPAN TERHADAP PENJUALAN  
MAKANAN PADA PEDAGANG ONLINE  
DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH  
DI KOTA BANDA ACEH**



**Diajukan Oleh:**

**Kayyis Rifqan  
NIM. 160602030**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2021 M/1442 H**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Kayyis Rifqan

NIM : 160602030

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

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

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

Banda Aceh, 23 April 2023

Yang Menyatakan,



*Kayyis Rifqan*

Kayyis Rifqan

## PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Dengan Judul:

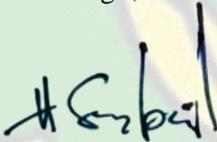
### **Penerapan Jasa Titipan Terhadap Penjualan Makanan Pada Pedagang Online Ditinjau Dari Ekonomi Syariah Di Kota Banda Aceh**

Disusun Oleh:

**Kayyis Rifqan**  
NIM. 160602030

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian Studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,



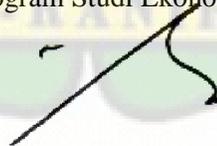
Dr. Hendra Syahputra, M.M  
NIP. 197610242009011005

Pembimbing II,



Seri Murni, S.E., M.Si., Ak  
NIP. 197310112014112001

Mengetahui  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,



Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

# PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

## Penerapan Jasa Titipan Terhadap Penjualan Makanan Pada Pedagang Online Ditinjau Dari Ekonomi Syariah Di Kota Banda Aceh

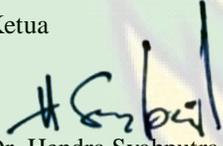
Kayyis Rifqan  
NIM. 160602030

Telah Disidangkan Oleh Dewan Peguji 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

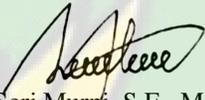
Pada Hari/Tanggal: Kamis, 18 April 2023 M  
27 Ramadhan 1444 H

Banda Aceh  
Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi

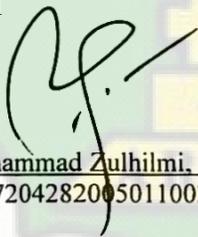
Ketua

  
Dr. Hendra Syahputra, M.M  
NIP. 197610242009011005

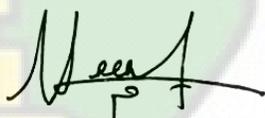
Sekretaris

  
Seri Murni, S.E., M.Si., Ak  
NIP. 197310112014112001

Penguji I

  
Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A  
NIP. 197204282005011003

Penguji II

  
Mursalmina, ME  
NIP. 199211172020121011





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](http://www.library.ar-raniry.ac.id) Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

## FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Kayyis Rifqan  
NIM : 160602030  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah  
E-mail : [160602030@student.ar-raniry.ac.id](mailto:160602030@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  .....

### **Pengaruh Sistem Konsinyasi UMKM Terhadap Pendapatan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Toko Kue Pagi di Gampong Keude Cunda, Lhokseumawe)**

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

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 23 April 2023

Mengetahui:

Penulis

Kayyis Rifqan  
NIM. 160602030

Pembimbing I

Dr. Hendra Syahputra, M.M  
NIP. 197610242009011005

Pembimbing II

Seri Murni, S.E., M.Si., Ak  
NIP.197310112014112001

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

*“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan satu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (Q.S Ar-Ra’d: 11). “Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya” (Q.S An-Najm: 39). “Barangsiapa yang mempelajari ilmu pengetahuan yaang seharusnya yang ditunjukkan untuk mencari ridho Allah bahkan hanya untuk mendapatkan kedudukan/kekayaan duniawi maka ia tidak akan mendapatkan baunya surga nanti pada hari kiamat” (Riwayat Abu Hurairah Radhiallahu Anhu).*

Alhamdulillahirabbil’alamin, sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah. Tuhan yang Maha Agung, Maha Tinggi, Maha Adil dan Maha Penyayang. Atas takdir-Mulah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani hidup ini. Dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas izin dan karuniaNya lah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tidak terhingga pada Tuhan penguasa alam yang telah meridhoi dan mengabulkan segala do’a.

Saya persembahkan skripsi ini untuk Ayah dan ibu saya, yang telah memberikan dukungan moril dan materil serta do’a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do’a dan tiada do’a yang paling khusuk selain do’a yang terucap dari kedua orang tua. Ucapan terima kasih saja takkan pernah cukup untuk orang tua saya yang selama ini memberikan dukungan yang tiada henti serta bekerja keras hanya untuk mencari nafkah hanya untuk mendukung anaknya dalam meraih cita-cita anaknya.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberi nikmat, karunia, serta rahmat-Nya kepada seluruh makhluk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini, yang berjudul “Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Upah Minimum Regional, dan Dana Otonomi Khusus Terhadap Kemiskinan di Provinsi Aceh”

Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Saw, keluargaserta para sahabat beliau sekalian. Penyusunan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan doa dari semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan, saran dan kritikan yang telah di berikan demi kesempurnaan skripsi ini, kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.
2. Dr. Nilamsari, Lc., M.ag. selaku ketua program studi Ilmu Ekonomi dan Marwiyati, SE., MM. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi

3. Hafizh Maulana, SP., SHi., M.E selaku Ketua Laboratorium dan Akmal Riza
4. Dr. Hendra Syahputra, MM sebagai Pembimbing I dan Seri murni SE. M. Si. Ak Sebagai Pembimbing II yang telah memberikan waktu dan memberikan masukan bagi penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Jalaluddin, ST. MA selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
6. Terima kasih Ibu Erdiani selaku Owner Sate Kerang Khadeejah.
7. Terima kasih untuk kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan restunya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini
8. Terimakasih kepada pihak-pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

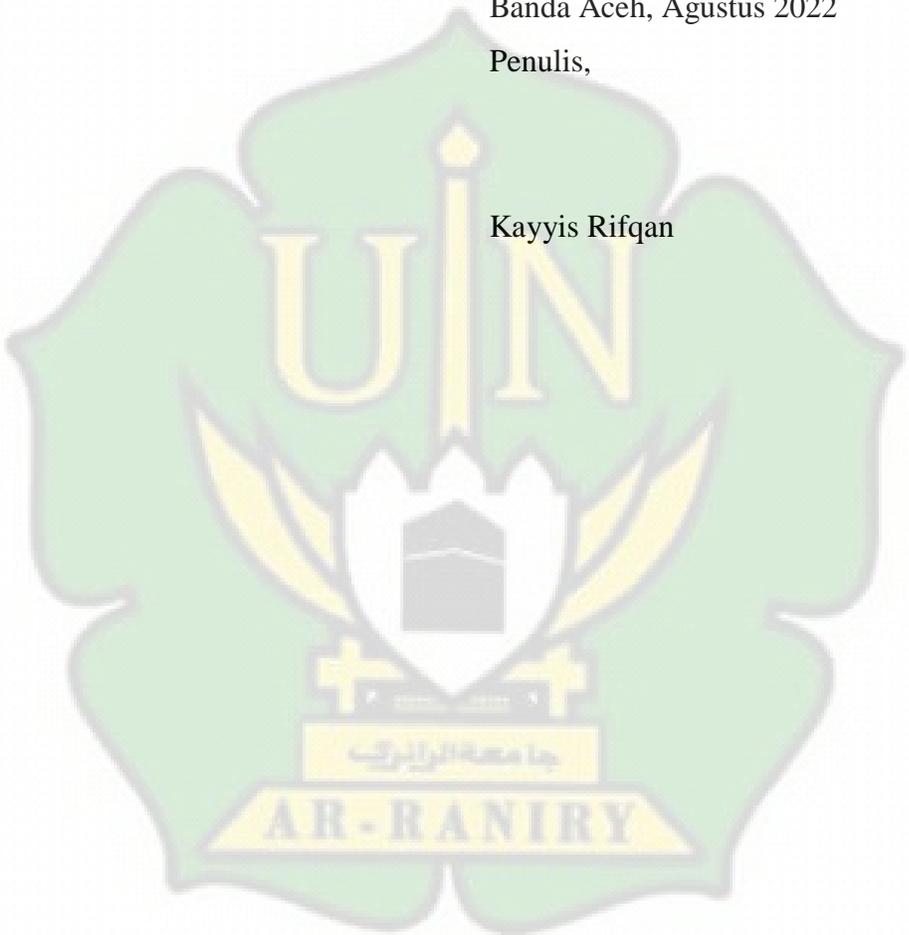
Hanya Allah SWT yang dapat membalas segala bentuk kebaikan dari semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, bila terdapat kekurangan dan kesalah pahaman dalam penulisan proposal skripsi ini, dengan kerendahan hati penulis sangat

mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif demi kesempurnaan proposal skripsi ini.

Banda Aceh, Agustus 2022

Penulis,

Kayyis Rifqan



## 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	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	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	Z	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	S	29	ي	Y
15	ض	D			

## 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
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *haul*

### 3. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
أَ ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
اِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
اُ ي	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَامَ :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَقُولُ :*yaqūlu*

### 4. *Ta Marbutoh* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

#### a. *Ta marbutoh* (ة) hidup

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

#### b. *Ta marbutoh* (ة) mati

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

#### c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutoh* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al,

serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

روضور ل انطلّا : *raudāh al-atfāl/ raudatulatfāl*

قنوملا قرونملا : *al-Madīnah al-Munawwarah/  
al-MadīnatulMunawwarah*

قحلط : *Ṭal ḥah*

#### **Catatan: Modifikas**

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.

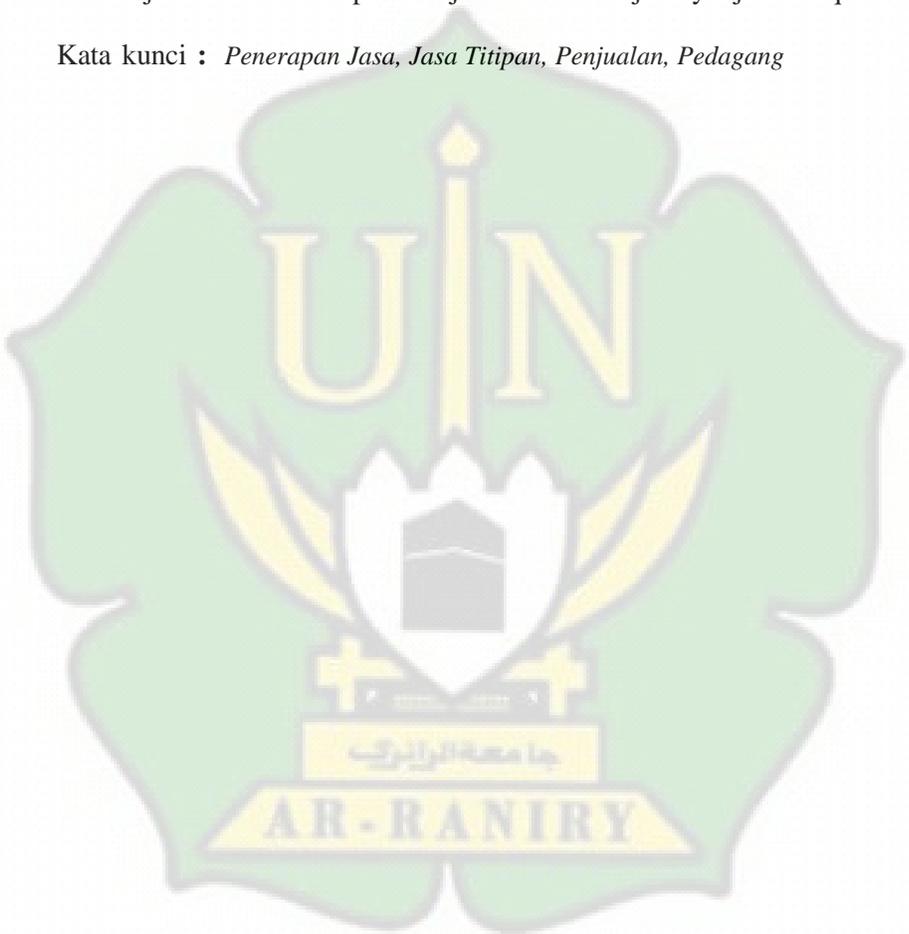
## ABSTRAK

Nama : Kayyis Rifqan  
NIM : 160602030  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Penerapan Jasa Titipan terhadap Penjualan Makanan pada Pedagang Online ditinjau dari Ekonomi Syariah di Kota Banda Aceh  
Tanggal Sidang : 16 April 2023  
Tebal : 70 Halaman  
Pembimbing I : Dr. Hendra Syahputra, MM  
Pembimbing II : Seri Murni, S.E., M.Si, Ak

Keberadaan media sosial dan kepemilikan gadget oleh seseorang juga bisa dimanfaatkan untuk mengambil untung sebagai pembelanja pribadi atau *personal shopper*. Usaha jasa titip ini berkembang dan merupakan peluang bisnis yang cukup menarik, dimana usaha ini merupakan usaha yang dilakukan oleh seseorang baik di dalam maupun luar negeri yang membuka jasa pembelian barang yang diperlukan oleh konsumen. Awalnya bisnis jasa titip ini bermula dari konsumen yang membelikan produk untuk memenuhi pesanan konsumen. Namun pelaku bisnis jasa titip melihat peluang dari usaha ini bisa dikembangkan untuk mendapatkan keuntungan dari jasa pembelian titipan barang yang dipesan oleh konsumen lebih banyak lagi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan dan ketentuan jasa titipan terhadap penjualan makanan pada pedagang online ditinjau dari perspektif ekonomi syari'ah di Kota Banda Aceh. Objek penelitian ini adalah Sate Kerang Khadeejah yang beralamat di di jalan Tgk Nyak Arif nomor 128a Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan menggunakan metode *deskriptif analisis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Islam menjelaskan bahwa pada dasarnya jual beli online merupakan prinsip jualah/wadiah, namun pada jasa titip satekerang\_khadeejah itu berbeda, dimana pada praktiknya sate kerang\_khadeejah memasang tarif/harga jasa titip per produknya bervariasi, berkisar sekitar Rp 0 sampai dengan Rp 20.000,- untuk makanan. harga pada produk telah dicantumkan secara transparan. Hal ini dilakukan agar para pembeli yang berbelanja mengetahui harganya dari awal sebelum terjadinya transaksi jual beli. Sate Kerang Khadeejah ini telah memenuhi rukun jual beli *Bay'al-Murabahah* dan dapat di golongan dalam akad *Bay'al-Murabahah* berdasar pesanan yang dilakukan oleh pembeli. Aktivitas akad jual beli online yang dilakukan melalui akun media sosial

*Instagram satekerang\_khadeejah* di Banda Aceh. Para pembeli mengetahui keuntungan yang diperoleh oleh penjual karena adanya kesepakatan antara pembeli dan penyedia jasa titip online tersebut, sehingga aktivitas jual beli ini sah dan diperbolehkan berdasarkan hukum syariah, hal ini dikarenakan tidak adanya unsur gharar serta Sate kerang Khadeejah memiliki kesepakatan jual beli dan terjadinya ijab dan qabul.

Kata kunci : *Penerapan Jasa, Jasa Titipan, Penjualan, Pedagang*

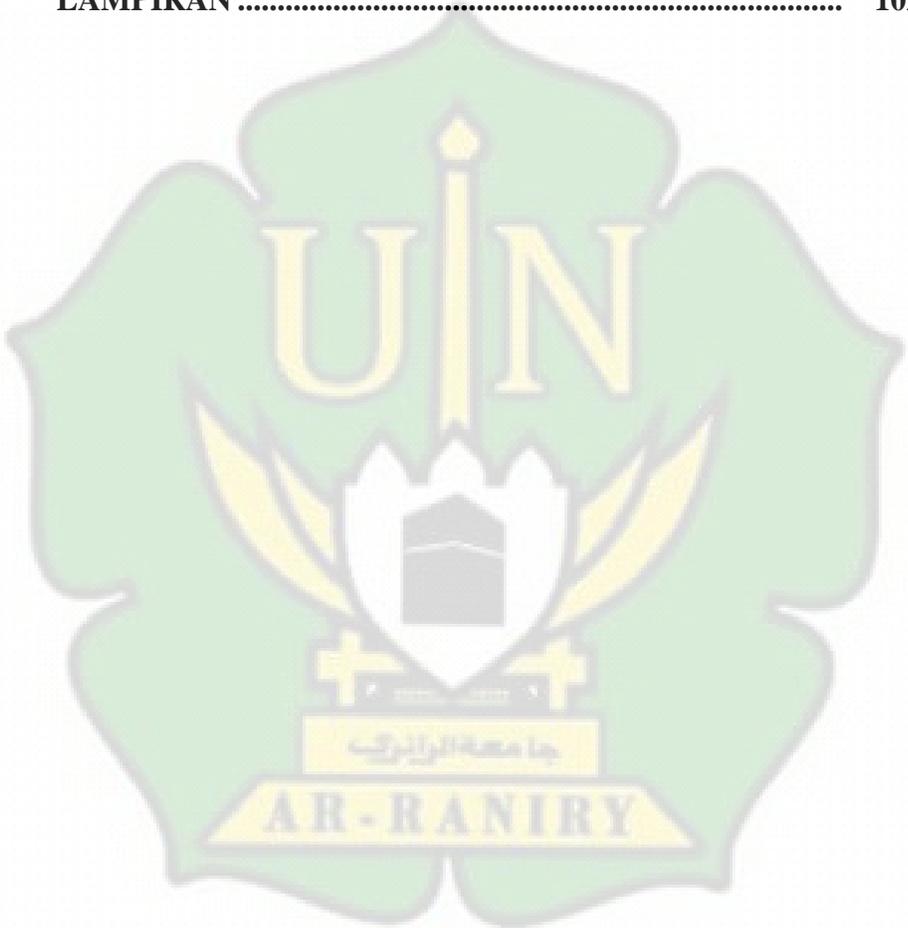


## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
2.1 Ekonomi Syariah .....	11
2.1.1 Prinsip Ekonomi Syariah.....	12
2.1.2 Prinsip Penjualan dalam Ekonomi Syariah.....	16
2.2 Jasa .....	21
2.2.1 Jenis-jenis Jasa.....	23
2.2.2 Jasa Titip.....	26
2.2.3 Transaksi Pembayaran Jasa Titip .....	27
2.3 Penjualan .....	29
2.3.1 Jenis-Jenis Penjualan .....	31
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan .....	35
2.4 Pedagang Online .....	36

2.4.1	Jual Beli dalam Islam .....	39
2.4.2	Rukun Jual Beli .....	40
2.4.3	Sosial Media .....	41
2.4.4	Kelebihan dan Kekurangan Media Online .....	42
2.5	Penelitian Terkait .....	43
2.6	Kerangka Penelitian .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>50</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	50
3.2	Lokasi Penelitian .....	50
3.3	Metode dan Sumber Data .....	52
3.4	Teknik pengumpulan Data .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>54</b>
4.1	Profil Penelitian.....	54
4.2	Hukum Jual Beli Online Menurut Hukum Negara (Undang-Undang).....	59
4.3	Pengertian Jual Beli dengan Sistem Jasa Titip Online .....	62
4.4	Penerapan Jasa Titipan terhadap Penjualan Makanan.....	66
4.5	Ketentuan Jasa Titipan Terhadap Penjualan Makanan dan Minuman Pada Pedagang Online Sate Kerang Khadeejah .....	70
4.6	Ketentuan Jasa Titipan terhadap Penjualan Makanan dan Minuman pada Pedagang Online Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syari'ah di Kota Banda Aceh .....	77
4.7	Cara Pelaksanaan Jual-Beli dengan Sistem Jasa titip pada Sate Kerang Khadeejah .....	79
4.8	Jual Beli dengan Sistem Jasa Titip ditinjau Dalam Perspektif Akad Wakalah Bil Ujrah .....	82
4.9	Analisis Tinjauan terhadap Ekonomi Syariah pada Akad Jasa Titip Jual Beli Online pada Sate Kerang Khadeejah di Banda Aceh. ....	89

<b>BAB V_PENUTUP .....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>102</b>



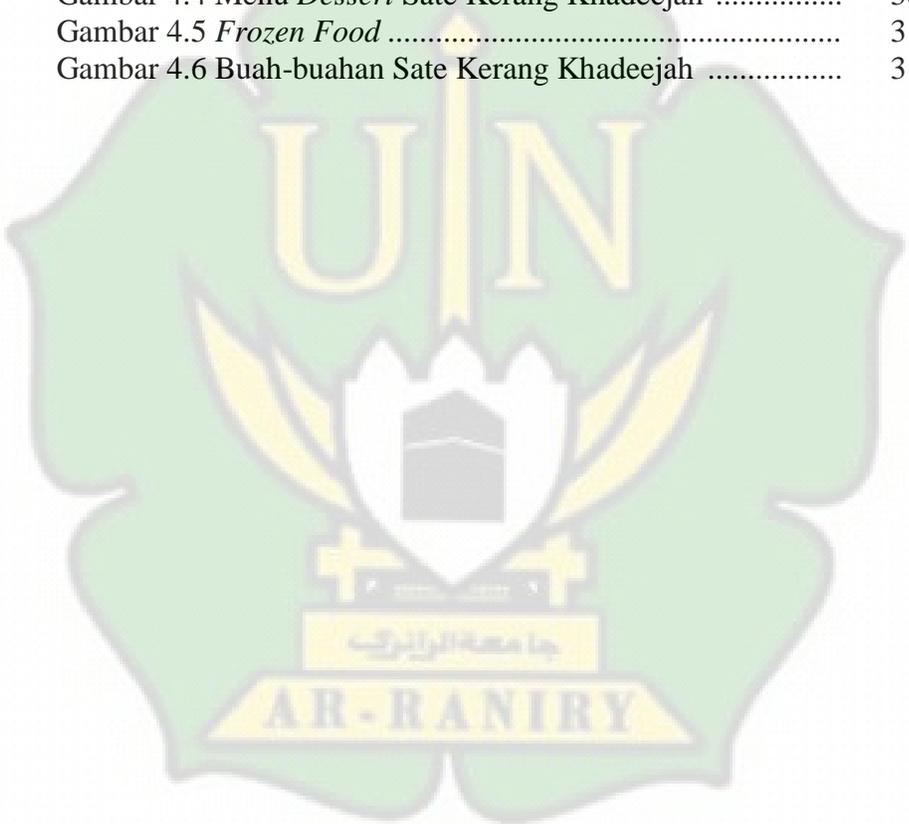
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
-------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran .....	24
Gambar 3.1 Peta Lokasi Sate Kerang Khadeejah .....	26
Gambar 4.1 Laman Instagram Sate Kerang Khadeejah .....	29
Gambar 4.2 Menu Makanan Sate Kerang Khadeejah .....	29
Gambar 4.3 Menu <i>Dessert</i> Sate Kerang Khadeejah .....	30
Gambar 4.4 Menu <i>Dessert</i> Sate Kerang Khadeejah .....	30
Gambar 4.5 <i>Frozen Food</i> .....	31
Gambar 4.6 Buah-buahan Sate Kerang Khadeejah .....	31



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....	48
Lampiran 2 Dokumentasi .....	49



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kehidupan manusia tidak lepas dari peran serta manusia yang lain. dalam hidupnya, manusia bersosialisasi memenuhi kebutuhan hidupnya guna memenuhi kebutuhan pokok yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Karena pada hakikatnya manusia tidak bisa hidup sendiri dan saling berketrgantungan, seperti contohnya keberlangsungan dari kegiatan ekonomi. Bentuk interaksi sosial untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia memerlukan ketentuan-ketentuan yang membatasi dan mengatur kegiatan tersebut.

Berbeda dengan penjualan tradisional, sosial media telah berkembang menjadi kebutuhan yang selalu membuat bisnis kita lebih mudah. Selain manfaat tambahan, sosial media berdampak pada semua sektor. Sosial media merupakan sarana untuk sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk menonton dan mengunjungi link yang berisi informasi produk, dan juga dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran yang paling sederhana dan paling murah. Inilah yang pada akhirnya menarik para pelaku bisnis, serta dimanfaatkan sebagai alat pemasaran interaktif, layanan, alat untuk menciptakan komunikasi dengan klien dan prospek, dan platform untuk menjual dan membeli barang secara online

Dipandang dari sudut ekonomi sebagai umat Muslim, kita juga perlu mempelajari kegiatan ekonomi dari sudut pandang Islam. Ketentuan-ketentuan yang harus ada dalam kegiatan ekonomi sebaiknya juga harus didasarkan pada sumber-sumber hukum syariah, yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadits. Dalam Islam hubungan manusia satu dengan manusia yang lain sebagai kegiatan muamalah. Konsep Islam sendiri mengenai muamalah sangatlah baik. Karena menguntungkan semua pihak yang ada di dalamnya. Namun jika moral manusia tidak baik maka pasti ada pihak yang dirugikan. Perilaku yang baik secara menyeluruh harus menjadi rambu-rambu kita dalam ber-muamalah dan memiliki norma-norma serta aturan yang harus diikuti.

Kemajuan teknologi saat ini membuat perkembangan praktik jual beli tak lagi harus melalui proses tatap muka, oleh karena itu sekarang ini jual beli bisa dilakukan melalui media sosial atau online yang hanya dengan menggunakan aplikasi dalam smartphone manusia dapat memenuhi kebutuhannya. Tak hanya kebutuhan primer seperti makanan dan pakaian, namun kebutuhan lain seperti kebutuhan alat rumah tangga, permainan anak, dan barang-barang kebutuhan manusia lainnya, selain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia juga sangat dibantu untuk melakukan komunikasi jarak jauh, baik untuk sekedar menyapa orang lain yang berada di tempat yang berbeda maupun untuk memesan barang kebutuhan sehari-hari sekalipun.

Dewasa ini begitu maraknya berbagai macam jenis bisnis online yang muncul membuat teknologi dalam transaksi jual-beli juga semakin canggih. Keterbatasan waktu yang dimiliki konsumen untuk dapat berbelanja secara konvensional, karena kesibukan, kondisi jalan yang sangat ramai, hingga terjadi kemacetan menyebabkan timbulnya keinginan Berdasarkan laporan terbaru “*We Are Social*”, pengguna Internet di Indonesia sebanyak 175,4 juta pada Januari 2020. Ini meningkat 25 juta (17%) dari tahun 2019. INi Penetrasi internet di Indonesia mencapai 64% pada Januari 2020. Pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 160 juta pada Januari 2020. Ini meningkat 12 juta (8,1%) antara April 2019 dan Januari 2020. Penetrasi media sosial di Indonesia mencapai 59% pada Januari 2020. Jika merujuk pada survei internet Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2019-2020, maka 48% dari 88,1 juta orang pengguna internet itu merupakan masyarakat pengonsumsi internet harian.<sup>3</sup> Artinya, warga Indonesia tidak bisa lepas dari gadget dan internet setiap harinya. Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk membuka bisnis online, dan media sosial menjadi wadah untuk menawarkan produk yang diperjualbelikan. Dari media sosial, respon langsung atas penjualan tersebut dapat diketahui dan dapat menarik perhatian orang untuk berbelanja secara online.

Jual beli (*al-bai'*) dalam Islam merupakan pertukaran harta (benda) menjadi milik seseorang. Jual beli menurut syariat merupakan penukaran harta atas suka sama suka, dengan benda

yang dapat dibenarkan atau berupa alat tukar yang sah (Sabiq, 2012: 126). Usaha jasa titip (*personal shopper*) merupakan bisnis baru dan sedang berkembang pesat seiring dengan pemanfaatan media internet melalui aplikasi media sosial yang saat ini berkembang, bahkan kehadiran lapak-lapak online menjadi suatu industri yang menarik di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir.

Jual beli online sesuai syariah dijelaskan, menurut Isnawati. Jual Beli Online adalah transaksi dimana dua pihak melakukan negosiasi dan transaksi jual beli tanpa bertemu secara langsung, dengan menggunakan sarana komunikasi seperti Chat, Telepon, SMS, Web, dan sebagainya. Kegiatan jual beli diperbolehkan dalam Islam, asalkan dilakukan dengan tepat dan sesuai dengan ajaran Islam. Kegiatan jual beli dibatasi dalam ajaran Islam, dengan kegiatan tertentu diperbolehkan dan lainnya dilarang. (Inews.id, 2021).

Keberadaan media sosial dan kepemilikan gadget oleh seseorang juga bisa dimanfaatkan untuk mengambil untung sebagai pembelanja pribadi atau *personal shopper*. Usaha jasa titip ini berkembang dan merupakan peluang bisnis yang cukup menarik, dimana usaha ini merupakan usaha yang dilakukan oleh seseorang baik di dalam maupun luar negeri yang membuka jasa pembelian barang yang diperlukan oleh konsumen. Awalnya bisnis jasa titip ini bermula dari konsumen yang membelikan produk untuk memenuhi pesanan konsumen. Namun pelaku bisnis jasa titip melihat peluang dari usaha ini bisa dikembangkan untuk

mendapatkan keuntungan dari jasa pembelian titipan barang yang dipesan oleh konsumen lebih banyak lagi. Bermadalkan *smartphone* dan koneksi internet serta media sosial maka usaha jasa titip berubah menjadi sektor usaha *personal shopper* yang memberikan keuntungan yang besar di berbagai pasar online yang sudah ada. Kebanyakan konsumen yang lebih memilih jasa titip lebih dikarenakan para pengguna bisa menitipkan barang dengan berbagai model yang diinginkan, konsumen juga bisa saling berkomunikasi soal harga hingga pemilihan barang yang ada di toko maupun *official store* (Rasjid, 2016: 2017).

Pada dasarnya usaha jasa titip lebih mengedepankan aspek kepercayaan yang besar antara konsumen dan pelaku jasa titip karena pelaku jasa titip menjadi mata konsumen untuk memastikan barang yang di beli adalah asli atau sesuai harapan. Selain itu pelaku jasa titip bisa memastikan kondisi barang yang di pesan oleh konsumen dan pengguna jasa titip ini memiliki kesibukan dan sedikit waktu untuk pergi berbelanja ke store, dengan menggunakan jasa titip konsumen lebih tertarik menggunakannya karena pemesanan dengan jasa titip lebih mudah. Apalagi untuk barang-barang yang stok nya terbatas dan keberadaannya pada jam-jam tertentu pada online shop maupun di toko. Pada umumnya konsumen lebih tertarik menggunakan jasa titip karena toko online jarang memfasilitasi beberapa promo yang ada di toko maka dengan begitu jasa titip lah yang menjadi pilihan mereka.

Dengan adanya ponsel pintar dan sosial media kini hadir layanan jasa untuk membelikan barang yang diinginkan cukup dengan menitip melalui media sosial. Ini lebih dikenal luas dengan nama jasa titip beli online atau lebih sering disebut Jastip (Cakti, 2018).

Jasa titip dikenal juga dengan istilah *Personal Shopper* adalah sebuah pekerjaan keluar masuk toko, mall atau pedagang besar dengan beberapa brand tertentu sesuai dengan keinginan para pelanggan yang percaya pada jasa mereka. Barang yang dicari tidak hanya di tingkat lokal jasa, tidak jarang ada permintaan untuk barang-barang dari luar negeri (Parlina, 2018). Jadi jasa titip beli online adalah sebuah transaksi jual beli online dalam bentuk jasa titipan yang objeknya adalah barang-barang dengan merek tertentu untuk di titip belikan oleh pihak penjual dengan ketentuan bahwa setiap barangnya di kenakan biaya atas jasa tersebut.

Era media sosial dan kepemilikan ponsel di tengah masyarakat Indonesia membawa angin segar bagi pertumbuhan bisnis sampingan yang menarik, bahkan nyaris tanpa modal. Inilah bisnis baru yang sedang berkembang seiring dengan semaraknya media sosial dan jual beli online. Kebiasaan ini sekarang dikembangkan lebih luas lagi dengan cara bila seseorang yang akan bepergian ke suatu kota atau negara dia memberitahukan niat perjalanannya tersebut melalui situs penyedia jasa titip beli, maka para pengunjung situs yang menginginkan suatu barang dari kota/negara yang akan dikunjungi menuliskan spesifikasi barang

yang diinginkan. Dan meminta untuk dibelikan barang tersebut. Uangnya bisa ditransfer di awal pada saat mengajukan pemesanan atau setelah barang diterima.

Keuntungan bagi penitip dia mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus mengeluarkan biaya dan tenaga yang besar untuk sengaja melakukan perjalanan ke kota/negara yang dituju. Dan keuntungan lainnya harga barang yang didapatkan dengan cara titip beli ini lebih rendah dibanding harga barang yang sama yang dijual di kota penitip berada, belum lagi keaslian barang lebih terjamin. Adapun keuntungan bagi orang yang dititipkan dia mendapatkan upah (ujrah) dari penitip untuk setiap barang yang dibelikan tanpa harus keluar biaya khusus untuk perjalanan membelikan barang yang di titip.

Perkembangan dalam hal jasa titip atau biasa di sebut *personal shopper* melalui media internet sepertinya sudah mulai menjamur di Indonesia sehingga sudah sangat dikenal dan dapat di terirna dengan baik, oleh seluruh kalangan masyarakat. Banyaknya kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis macam produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan jasa titip sebagai salah satu cara berbelanja dengan hal baru tanpa pergi langsung ke destinasi perbelanjaan. Hal ini membuat banyak penjual jasa titip yang berlomba-lomba untuk menawarkan jasanya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen dalam menggunakan jasa titip (Indah, 2018).

Sistem jastip ini sebenarnya sudah ada sejak lama dan dikenal dengan istilah “ongkos jalan”. Namun, menurut (Rizki, 2020:67), pada sekitar tahun 2016 fenomena jastip yang kekinian mulai muncul di tanah air. Ini menjadi peluang bisnis baru yang kini tengah menjamur. Oleh karena itu, banyak orang ingin mencoba usaha ini. Bisnis ini pada dasarnya terjadi karena dipicu oleh perkembangan media sosial yang semakin pesat. Survei yang dilakukan oleh JakpatSurvey Report (2017:5) menunjukkan bahwa kesadaran responden terhadap jastip cukup tinggi. Lebih dari separuh panel telah mengetahui tentang keberadaan layanan jastip. Selain itu, kesadaran layanan jastip tidak dibatasi oleh jenis kelamin, usia, atau lokasi. Penyedia layanan jastip-pun dapat melakukan bisnisnya kapanpun dan dimanapun asalkan selalu update barang jualannya melalui media social.

Dari hal tersebut penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas permasalahan-permasalahan yang timbul dan mengkaji permasalahannya dengan judul “Penerapan Jasa Titipan Terhadap Penjualan Makanan Pada Pedagang Online ditinjau dari perspektif ekonomi syari’ah di Kota Banda Aceh”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan jasa titipan terhadap penjualan makanan pada pedagang online ditinjau dari perspektif ekonomi syari’ah di Kota Banda Aceh

2. Bagaimana ketentuan jasa titipan terhadap penjualan makanan pada pedagang online ditinjau dari perspektif ekonomi syari'ah di Kota Banda Aceh?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan jasa titipan terhadap penjualan makanan pada pedagang online ditinjau dari perspektif ekonomi syari'ah di Kota Banda Aceh
2. Untuk mengetahui bagaimana ketentuan jasa titipan terhadap penjualan makanan pada pedagang online ditinjau dari perspektif ekonomi syari'ah di Kota Banda Aceh.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Akademisi  
Dapat menambahkan pengetahuan dan wawasan mengenai ketentuan jasa titipan pada pedagang online.
2. Bagi Praktisi  
Skripsi ini dapat menjadi literatur atau referensi bagi para pembaca.

### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Dalam penulisan skripsi ini berisi 5 (lima) Bab, yaitu sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penulisan serta sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Merupakan teori tentang pengertian penjualan, perdagangan online, jasa titipan dan pandangan ekonomi Islam berkaitan dengan jasa titipan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam melakukan penelitian yang terdiri dari: jenis penelitian, data dan teknik perolehannya, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan teknik analisis data.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis menjelaskan bagaimana temuan hasil yang diperoleh dari pengelolaan data yang telah dilakukan melalui beberapa pengujian dan interpretasi data.

## **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini penulis memaparkan kesimpulan dari pembahasan dan analisis data yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat penulis sampaikan dari hasil penelitian ini.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Ekonomi Syariah**

Ekonomi syariah terdiri dari dua kata yaitu kata ekonomi dan Syari'ah. Ekonomi adalah salah satu ilmu sosial yang mempelajari aktifitas manusia yang terkait dengan produksi, distribusi, dan konsumsi atas barang dan atau jasa. Sedangkan "Syari'ah" berarti hukum atau undang-undang yang ditetapkan oleh Allah SWT untuk hamba-Nya sebagaimana terkandung dalam kitab suci Al-Qur'an dan diterangkan dalam Hadits Rosulullah. Berdasarkan pada kegiatannya, Syari'ah dibagi menjadi dua yaitu bidang Muamalah dan Ibadah. Bidang Muamalah adalah Hubungan Manusia dengan Manusia lainnya didunia, Sedangkan bidang Ibadah Adalah Hubungan Manusia dengan Penciptanya.

Menurut Mannan (2014:91) ekonomi syariah adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomii rakyat yang diilhami oleh niat-niat Islam. Mursal (2015) juga menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan Ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang beradadidalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.

Ekonomi islam dibangun atas dasar individu yang rasional islami. Rasional ekonomi dalam hal ini tidak dimaknai dengan rasional sempit melainkan perilaku logis bagi setiap individu yang sadar dan perhatian untuk memperoleh falah. Tujuan akhir dari ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan dari syariat Islam itu sendiri (masqashid asy syari'ah) yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat (falah) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (Thayyibah: 101).

### **2.1.1 Prinsip Ekonomi Syariah**

Prinsip ekonomi dalam syariah merupakan kaidah-kaidah pokok yang membangun struktur atau kerangka ekonomi islam yang digali dari Al Quran atau Sunnah. Prinsip ini berfungsi sebagai pedoman dasar bagi individu dalam berperilaku ekonomi. Prinsip-prinsip ekonomi syariah meliputi (Parlina, 2018: 27):

#### **a. Kepemilikan**

Kepemilikan dalam syariat islam adalah penguasaan terhadap sesuatu sesuai dengan aturan hukum, dan memiliki wewenang untuk bertindak terhadap apa yang ia miliki selama dalam jalur yang benar dan sesuai dengan hukum. Pada prinsipnya islam tidak membatasi bentuk dan macam usaha bagi seseorang dalam memperoleh harta, begitupun islam tidak membatasi pula kadar banyak sedikit hasil yang dicapai oleh usaha seseorang. Hal ini tergantung pada kemampuan, kecakapan dan ketrampilan masing-masing,

asalkan dilakukan dengan wajar dan halal, artinya sah menurut hukum dan benar menurut ukuran moral dan akal serta tidak membahayakan bagi dirinya maupun orang lain.

b. Keseimbangan

Dalam konsep ekonomi syari'ah aspek keseimbangan (tawazun/equilibrium) merupakan salah satu pilar pembangunan ekonomi, yang meliputi berbagai aspek yaitu aspek keseimbangan antara sektor keuangan dan sektor riil, aspek keseimbangan antara resiko dan keuntungan, aspek keseimbangan antara bisnis dan kemanusiaan, serta aspek keseimbangan antara pemanfaatan dan pelestarian sumber daya alam. Sasaran dalam pembangunan ekonomi syariah tidak hanya diarahkan pada pengembangan sektor-sektor korporasi namun juga pengembangan sektor usaha kecil dan mikro yang tidak jarang luput dari upaya-upaya pengembangan sektor ekonomi secara keseluruhan.

c. Keadilan

Al-Quran sebagai sumber hukum syariah memerintahkan agar manusia menegakkan keadilan. Secara harafiah kata adil berasal dari kata Arab yang bermakna sama. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, adil berarti sama berat, tidak berat sebelah, tidak memihak, berpihak kepada yang benar dan sepatutnya. Oleh karena itu seseorang dikatakan telah berlaku adil apabila tidak berat sebelah dalam menilai sesuatu, tidak berpihak kepada salah satu. Ia hanya berpihak

kepada yang benar sehingga ia tidak berlaku sewenang-wenang.

d. Kehendak Bebas/Ikhtiyar

Kebebasan ekonomi yang tak terbatas dan tiadanya campur tangan Negara adalah ciri lain dari perekonomian kapitalisme. Setiap individu bebas memulai, mengorganisasi, dan mendirikan perusahaan, bisnis, perdagangan serta profesi apapun juga. Islam juga membenarkan kebebasan ekonomi bagi individu untuk mendapatkan harta, memilikinya serta membelanjakannya. Tetapi kebebasan yang diberikan oleh islam di lapangan ekonomi tidaklah tidak terbatas. Islam membuat batas antara yang halal dan yang haram dalam kegiatan ekonomi yang meliputi bidang produksi, distribusi dan konsumsi yang amat luas.

e. Pertanggungjawaban

Dalam kebudayaan kita, umumnya “tanggung jawab” diartikan sebagai keharusan untuk “menanggung” dan “menjawab” dalam pengertian lain yaitu suatu keharusan untuk menanggung akibat yang ditimbulkan oleh perilaku seseorang dalam rangka menjawab suatu persoalan. Pertanggungjawaban berkaitan langsung dengan konsep amanah.

f. Kebenaran, Kebijakan, Kejujuran

Jujur adalah sifat terpuji yang harus melekat dalam kepribadian setiap muslim. Namun di kehidupan saat ini secara nasional memperlihatkan bahwa kejujuran seakan semakin dijauhi masyarakat. Sebaliknya, ketidakjujuran (kebohongan) semakin menjadi bagian melekat pada keseharian dalam masyarakat.

g. Kebebasan Berusaha

Prinsip islam tentang kebebasan berusaha dalam aspek ekonomi berarti bahwa seorang individu telah diberikan kesempatan oleh Allah untuk mencari harta, memilikinya, menikmatinya serta membelanjakannya sesuai dengan kehendaknya. Prinsip tersebut juga bermakna kebebasan untuk memiliki profesi, bisnis maupun lapangan kerja dalam mencari nafkah.

h. Menjauhkan Diri dari Riba

Riba telah dikenal dalam kegiatan ekonomi sejak dari jaman jahiliyyah sampai dengan sekarang. Dapat dikatakan kehidupan masyarakat telah terjerat oleh sistem perkonomian yang membiarkan praktek riba dengan system bunga berbunganya. Sistem pinjam meminjam yang didasarkan pada perhitungan bunga ini sangat menguntungkan pemilik modal dan telah sangat membebani dan menjerumuskan kaum dhuafa pada kemiskinan.

### **2.1.2 Prinsip Penjualan dalam Ekonomi Syariah**

Dalam ekonomi Islam sumber daya insani menjadi faktor terpenting. Dalam ekonomi Islam, berbagai jenis sumber daya dipandang sebagai pemberian atau titipan Allah kepada manusia. Manusia harus memanfaatkannya seefisien dan seoptimal mungkin dalam produksi guna memenuhi kesejahteraan secara bersama di dunia, yaitu untuk diri sendiri dan orang lain. Dalam ruang lingkup ekonomi Islam terdapat tantangan dan tugas ekonomi Islam, Salah satu hambatan terbesar yang merupakan tantangan bagi pembangunan ekonomi Islam adalah karena tidak adanya contoh aktual/empiris dari praktik ekonomi Islam (Rasjid, 2016:109).

Pada saat ini tidak ada masyarakat atau negara di dunia ini termasuk negara-negara Muslim sekalipun yang mempraktekkan ekonomi Islam secara ideal namun hanya secara komprehensif, hanya praktik-praktik parsial dalam beberapa aspek mu'amalah seperti jual beli, sistem perbankan, kontrak dan lain-lain. Ada beberapa prinsip penjualan dalam ekonomi Islam yaitu (Rivai dan Buchari, 2019: 201):

1. Mempelajari perilaku aktual dari para individu maupun kelompok, perusahaan, pasar, pemerintah, dan pelaku ekonomi lainnya. Aspek inilah yang sebenarnya mendapat banyak pembahasan dalam ilmu ekonomi konvensional, namun kelihatannya belum memuaskan karena adanya asumsi-asumsi perilaku yang tidak realistis dan komprehensif.

2. Menunjukkan jenis asumsi perilaku dan perilaku yang dibutuhkan untuk merealisasikan tujuan pembangunan ekonomi. Karena nilai-nilai moral berorientasi kepada tujuan, maka ekonomi Islam perlu mempertimbangkan nilai-nilai lembaga Islam dan kemudian secara ilmiah menganalisis dampaknya terhadap pencapaian tujuan tersebut.
3. Adanya perbedaan antara perilaku aktual dan perilaku ideal, maka ekonomi Islam harus menjelaskan mengapa para pelaku ekonomi tidak bertindak menurut jalan yang seharusnya. Tugas keempat, karena tujuan utama pencarian ilmu adalah membantu peningkatan kesejahteraan manusia, maka ekonomi Islam harus menganjurkan cara yang bagaimana sehingga dapat membawa perilaku seluruh pelaku ekonomi, yang mempengaruhi alokasi dan distribusi sumber daya ekonomi, sedekat mungkin tatanan yang ideal. Sedangkan menurut Mannan (2014:902), unsur jual beli ada tiga yaitu:
  1. Pihak-pihak. (pihak yang terkait dalam perjanjian jual beli terdiri atas penjual, pembeli dan pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut).
  2. Objek. (objek dalam jual beli terdiri atas benda yang berwujud dan benda yang tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun yang tidak terdaftar).

3. Kesepakatan (kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan dan isyarat mempunyai hukum yang sama). Dengan kata lain biasa disebut dengan akad, ada 2 bentuk akad dalam jual beli yaitu :
  - a. Akad dengan kata-kata biasa dinamakan dengan ijab kabul. Ijab itu kata-kata yang diucap terlebih dahulu sedangkan kabul yaitu kata-kata yang diucap kemudian.
  - b. Akad dengan perbuatan biasanya dinamakan dengan *mu'atah*. Misalnya: Pembeli memberikan uang seharga Rp. 10.000,- kepada penjual, kemudian mengambil barang yang senilai itu tanpa terucap kata-kata dari kedua pihak.

Tujuan dari ekonomi syariah adalah untuk memberikan keselarasan bagi kehidupan di dunia. Nilai islam bukan semata-mata hanya untuk kehidupan muslim saja, tetapi seluruh makhluk hidup di muka bumi. Esensi proses ekonomi syariah adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai islam guna mencapai fahlah. Ekonomi islam mampu menangkap nilai fenomena masyarakat sehingga dalam perjalanannya tanpa meninggalkan sumber hukum teori ekonomi islam. Beberapa sumber teori ekonomi sebagai berikut (Indah, 2018: 221):

1. Status Kepemilikan Barang.

Hak milik merupakan hubungan antara manusia dengan harta yang ditetapkan oleh syara' karena adanya hubungan tersebut, ia berhak melakukan

berbagai macam *tas'arruf* terhadap harta yang dimilikinya, selama tidak ada hal-hal yang menghalanginya.

## 2. Hak milik yang sempurna

Pengertian hak milik sempurna menurut Zuhaili (2010) adalah hak milik terhadap zat sesuatu (benda) dan manfaatnya bersama-sama sehingga dengan demikian semua hak-hak yang diikuti oleh *syara'* tetap ada di tangan pemilik. Hak milik tersebut tidak berakhir kecuali dengan perpindahan hak kepada orang lain dengan cara-cara *tas'arruf* yang memindahkan hak milik secara sah atau dengan warisan atau benda dimana hak milik tersebut ada telah hancur dan rusak. Orang yang menjadi pemilik sempurna apabila merusaknya atau menghilangkan barang yang dimilikinya maka ia tidak dibebani ganti kerugian baik dengan *malmisli* maupun *qimi*, meskipun demikian ia tetap dibebani pertanggungjawaban mungkin berupa *ta'zir* atau dikatakan *mahjur'alaih*. Hal tersebut dikarenakan ia tidak boleh mentasarrufkan sendiri hartanya melainkan dengan perwalian.

## 3. Perantara (*Samsarah*)

Perantara atau *broker* dalam hukum syariah disebut dengan *simsar* (*samsarah*) adalah orang yang menjadi penghubung atau perantara yang memperlancar proses

jual beli antara penjual dan pembeli. Masalah *broker* dalam hukum syariah tidak bertentangan dengan syariat. Imam Al-Bukhari mengemukakan bahwa Ibnu Sirin, Atha', Ibrahim, dan Al-Hasan memandang masalah perantara tidak apa-apa asalkan tidak bertentangan dengan syariat Islam. Dalam hal tersebut yakni atas persetujuan dari penjual diterangkan oleh Ibnu Abbas tidak mengapa seseorang berkata, "Juallah ini bagiku seharga sekian, (jika lebih kelebihanannya untukmu).

Secara praktis, pemakelaran terealisasi dalam bentuk transaksi dengan kompensasi upah *'aqd ijârah* atau atau dengan komisi *'aqd ji'âlah*. Oleh karena itu syarat-syarat dalam pemakelaran mengacu pada syarat-syarat umum *'aqd* atau transaksi menurut aturan fikih Islam, syarat-syarat umum tersebut transaksi dapat diterapkan pada *al-'âqidâni* (penjual dan pembeli) dan *as-sigah*. Sedangkan seorang makelar hanya dibebankan syarat *al-tamyîz* tanpa *al-aql walbulug* seperti yang disyaratkan pada *al-'âqidâni*, sebab seorang makelar hanya sebagai penengah dan tidak bertanggungjawab atas transaksi. Adapun syarat-syarat mengenai *mahallal- ta'âqud* (objek transaksi dan kompensasi), para ulama mensyaratkan objek transaksi yang legal (*masyrû'*) dan kompensasi yang telah ditentukan (*ma'lûm*). Sehingga pada dasarnya hukum muamalah mempunyai prinsip yang dapat dirumuskan sebagai berikut (Parlina, 2018:220):

1. Pada dasarnya segala bentuk muamalah adalah mubah, kecuali yang ditentukan lain oleh al-Qur'an dan sunah Rasul.
2. Muamalat dilakukan atas dasar sukarela, tanpa mengandung unsur-unsur paksaan.
3. Muamalat dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindari *mudarat* dalam hidup masyarakat.
4. Muamalat dilaksanakan untuk memelihara nilai keadilan, menghindari unsur- unsur pengambilan kesempatan dalam kesempatan

## **2.2 Jasa**

Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Daryanto, 2011:237), jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya. Jika merujuk pada Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (5), jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Jasa pada dasarnya merupakan proses aktivitas yang diberikan kepada konsumen yang tidak berwujud dan memiliki nilai bagi konsumen karena dapat memenuhi kebutuhannya. Pengguna jasa merupakan suatu yang khusus, karena merupakan sesuatu yang tidak nyata atau berbeda dengan barang (produk fisik).

Jasa sangat dibutuhkan dalam setiap aspek kehidupan manusia. Menurut Lupiyoadi, 2016: 6) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya. Menurut Rangkuti (2017: 23) jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan sehingga interaksi antara pemberi dengan penerima jasa saling mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Menurut Kotler (2012:266) jasa sebagai semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud atau *intangible* dan tidak menghasilkan kepemilikan. Produksi jasa biasa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Menurut Tjiptono (2016:6) jasa merupakan setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuai produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Dalam aktivitas jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak penyedia jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa bukan suatu barang, melainkan

suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud, salah satunya adalah jasa titip (disingkat jastip).

### **2.2.1 Jenis-jenis Jasa**

Pemain utama dalam industri jastip adalah netizens, yang merupakan penyedia individu non-formal. Tapi karena industri ini menjanjikan, peluang terbuka bagi perusahaan mapan atau baru untuk memasuki bisnis jastip. Industri ini memiliki efek jaringan potensial. Semakin banyak individu atau perusahaan yang menawarkan layanan jastip, semakin baik bagi pembeli karena mereka tidak harus mengunjungi toko yang menjual barang, menghindari antrian panjang yang biasanya terjadi selama musim penjualan. Pembeli dapat duduk dan bersantai, menggunakan smartphone dan memesan.

Menurut Tjiptono (2016:23) jasa terdiri dari beberapa jenis yaitu:

1. Berdasarkan tindakan

Terdiri dari sifat vertikal yang menunjukkan sifat tindakan jasa dan sifat horizontal yang merupakan penerima jasa (manusia dan benda).

2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan.

Sifat vertikal menunjukkan tipe hubungan antara perusahaan jasa dan pelanggannya (status keanggotaan), sedangkan horizontal sifat penyampaian jasa.

3. Berdasarkan tingkat kemampuan dan mempertahankan

Terdiri dari karakteristik jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan tingkat kemampuan penyedia jasa dalam mempertahankan standar

4. Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran jasa.

Terdiri dari sifat vertical yang menunjukkan sejauh mana penawaran jasa menghadapi masalah sehubungan dengan terjadinya permintaan dapat dipenuhi dan sifat horizontal yaitu tingkat fluktuasi permintaan sepanjang waktu

5. Berdasarkan metode penyampaian jasa.

Terdiri dari sifat vertikal yang menunjukkan sifat interaksi antara pelanggan dan perusahaan jasa dan sifat horizontal yaitu ketersediaan *outlet* jasa

Menurut Tjiptono (2016:15) Jasa memiliki karakteristik unik yang membedakannya dengan barang, yakni:

1. Tidak berwujud (*intangibles*): Jasa bersifat tidak berwujud, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, atau didengar sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen memperhatikan tanda-tanda atau bukti-bukti kualitas jasa tersebut dari tempat, orang, peralatan, materi komunikasi, simbol dan harga yang mereka amati. Oleh karena itu perusahaan jasa menghadapi tantangan untuk mengelola keterangan atau informasi untuk mewujudkan produk yang tidak berwujud.
2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*): Jasa tidak dapat dipisahkan dari proses produksi dan konsumsinya. Jasa

biasanya dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen mempengaruhi hasil dari jasa tersebut, sehingga perusahaan jasa perlu memperhatikan proses recruitment, kompensasi serta. Pelatihan dan pengembangan karyawan. Selain itu juga memberi perhatian khusus kepada tingkat partisipasi konsumen dalam proses jasa, penyediaan fasilitas jasa dan pemilihan lokasi yang tepat.

3. Keanekaragaman (*variability*): Jasa bersifat sangat beraneka ragam karena merupakan nonstandardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli terhadap variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih penyedia jasa.
4. Tidak tahan lama (*perishability*): Jasa merupakan komunitas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan, dengan demikian bila suatu jasa tidak dapat digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Jika permintaan jasa dari konsumen tidak konstan, karena biasanya sangat bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman, maka hal ini akan menjadi masalah. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus mengevaluasi kapasitasnya untuk menyeimbangkan penawaran dan permintaan.

### 2.2.2 Jasa Titip

Jasa Titip adalah jasa seseorang dalam membelikan barang sesuai dengan permintaan konsumen dan pembayarannya disesuaikan oleh pihak jasa titip tersebut (Parlina, 2018:98). Dengan adanya kemudahan dalam proses jual beli barang dengan sistem jasa titip beli secara online melalui media sosial, memberikan keuntungan bagi pihak konsumen untuk mendapatkan barang sesuai dengan keinginannya tanpa harus mengeluarkan biaya dan tenaga ekstra untuk mencari barang yang ia inginkan tersebut. Dan selain diberikan kemudahan, konsumen juga diberikan harga barang yang relatif lebih murah dibandingkan pergi langsung ke toko konvensional. Dalam hal pembelian barang secara online lewat jasa titip beli secara online sudah termasuk adanya perjanjian antara kedua belah pihak yang sepakat dimana dapat menimbulkan suatu hubungan hukum.

Jasa titip atau lebih dikenal dengan *Jastip* dapat diartikan secara umum sebagai suatu peluang atau layanan usaha untuk membelikan barang pesanan yang diminta oleh pengguna jasa dengan memanfaatkan teknologi atau media sosial untuk pemasarannya (Irwansyah dan Muslicha, 2019:134).

Jastip menjadi fenomena yang tersebar luas karena ini merupakan layanan informal yang menawarkan bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan atau ingin membeli sesuatu tetapi tidak dapat pergi ke tempat yang diinginkan untuk membeli sendiri karena berbagai alasan. Semakin banyak individu atau perusahaan

yang menawarkan layanan jastip, maka semakin baik bagi pembeli karena mereka tidak harus mengunjungi toko yang menjual barang, dan juga menghindari antrian panjang yang biasanya terjadi selama musim penjualan. Pembeli tinggal bersantai dirumah tanpa harus datang langsung ke toko, mereka hanya menggunakan smartphone dan memesan produk yang diinginkan (Muslich dan Irwansyah, 2020:144).

Menurut Mahesti dan Gusti (2019:7) dengan adanya kemudahan dalam proses jual-beli barang dengan sistem jastip melalui media sosial, ini memberikan keuntungan bagi pihak konsumen untuk mendapatkan barang sesuai dengan keinginan tanpa harus mengeluarkan biaya dan tenaga ekstra untuk mencari barang yang diinginkan. Pembayaran layanan jastip dapat dilakukan dengan membayar masing-masing item, atau akumulasi dari semua transaksi. Namun, survei yang dilakukan JakpatSurvey Report (2017:10) menunjukkan bahwa ada dua macam jastip, yakni jastip per item dan jastip total transaksi. Dari 1.603 responden dalam survei tersebut, ada 58% responden yang cenderung membayar layanan jastip berdasarkan total transaksi.

### **2.2.3 Transaksi Pembayaran Jasa Titip**

Perjanjian juga sudah menjadi Undang-undang atau hukum yang mengikat para pihak yang sudah melakukan kesepakatan jual beli lewat jasa titip tersebut (Diputra, 2018). Dalam hal ini konsumen juga mempunyai hak untuk mendapatkan kenyamanan,

keamanan, dan keselamatan dalam hal mengkonsumsi barang/ jasa, memiliki hak untuk mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Memiliki hak atas informasi mengenai kondisi barang, dan memiliki hak untuk mendapat kompensasi. Ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai sebagaimana mestinya. Sesuai dengan Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Studi-studi lainnya yang terkait dengan jastip berfokus pada aspek hukum dari transaksi semacam ini. Hubungan antara konsumen dan penyedia jasa mesti memiliki mekanisme yang jelas, sehingga potensi penipuan bisa dicegah. Ini ditunjukkan oleh Lupiyoadi (2016:116) bahwa pada transaksi berbasis aplikasi online yang melibatkan jastip pada hakekatnya adalah sebuah perikatan. Perikatan suatu perhubungan hukum antara dua orang atau dua pihak. Pandangan hukum asal menitipkan belanja online kepada seseorang atau penyedia jastip adalah diperbolehkan. Perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual-beli atau belanja online menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 4. Transaksi bahwa jual-beli secara online pada prinsipnya adalah sama dengan jual-beli secara faktual pada umumnya. Hukum perlindungan konsumen terkait transaksi jual-beli online pun tidak berbeda dengan hukum yang berlaku dalam transaksi jual-beli secara nyata. Pembedanya hanya pada penggunaan sarana internet atau sarana telekomunikasi lainnya.

Jasa titip dalam pandangan Islam menurut Indah (2018:83) bahwa mekanisme penetapan upah (upah) terhadap penyedia jastip di akun Instagram @jasatitip dengan cara harga sudah termasuk upah (upah) tersebut mengandung unsur ketidakjelasan yang disebut dengan gharar. Dalam hukum syariah gharar termasuk larangan dalam bertransaksi yang telah diatur dalam Al-Qur'an yaitu Qs. An-nisa: 29 dan Hadits yaitu HR. Muslim nomor 1513. Pelaku jastip rentan terhadap penyalahgunaan, mulai dari tidak adanya kontrak dan perjanjian yang mengikat antara konsumen dan penyedia jastip, sehingga permainan harga potensial terjadi di luar dari upah sebagai jasa. Hal tersebut dapat menyebabkan tidak dipenuhinya rukun dan syarat dari samsarah, akad dalam jual-beli menjadi batal karena objek yang diperjual belikan merupakan barang milik orang lain.

### **2.3 Penjualan**

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Dari penjelasan tersebut dalam

memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja di bidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran. Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi (Assauri, 2018).

Peningkatan penjualan dapat dikaitkan dengan volume penjualan yang terjadi. Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual (Swasta dan Irawan, 2005). Sehingga volume penjualan merupakan total yang dihasilkan dari penjualan barang. Semakin tinggi penjualan barang perusahaan maka menunjukkan tingkat keberhasilan dalam mengembangkan perusahaan dan semakin tinggi laba yang dihasilkan.

Winardi, (2016:96) Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

Rasulullah Saw merupakan seorang pemasar (marketer) yang berpegang pada lima konsep dalam setiap melakukan

pemasaran ataupun perdagangan. Pertama, jujur, suatu sifat yang sudah melekat pada diri beliau. Kejujuran ini diiringi dengan konsep kedua, yaitu ikhlas, dimana dengan keikhlasan seorang pemasar tidak akan tunggang langgang mengejar materi belaka. Kedua konsep ini dibingkai oleh profesionalisme yang menjadi konsep ketiga. Seorang yang profesional akan selalu bekerja maksimal. Konsep yang keempat adalah silaturahmi yang mendasari pola hubungan beliau dengan pelanggan, calon pelanggan, pemodal dan pesaing. Sedangkan konsep yang kelima adalah murah hati dalam melakukan kegiatan perdagangan (Sabiq, 2012).

### **2.3.1 Jenis-Jenis Penjualan**

Menurut Thayyibah (2012:202) bauran pemasaran dan loyalitas pelanggan Penjualan dapat di bedakan menjadi:

- a. Penjualan Langsung, yaitu suatu proses membantu dan membujuk satu atau lebih calon konsumen untuk membeli barang atau jasa atau bertindak sesuai ide tertentu dengan menggunakan komunikasi tatap muka.
- b. Penjualan Tidak Langsung, yaitu bentuk persentase dan promosi gagasan barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, papan iklan, brosur dan lain-lain.

Seorang penjual mempunyai tugas utama membuat orang lain (calon pembeli) mengetahui produk-produk yang di tawarkan

dengan segala upaya pendekatan melalui teknik-teknik pemasaran. Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang di arahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun. Menurut Kotler (2012) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan di dalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah:

- a. Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
- b. Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
- c. Mengadakan analisa pasar
- d. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
- e. Mengadakan pameran.
- f. Mengadakan discount atau potongan harga.

Menurut Pakpahan (2016) faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimum. Secara umum mata rantai saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan. Dengan demikian tujuan penjualan yaitu:

1. Memenuhi kebutuhan konsumen akan suatu produk kemudian untuk memperoleh keuntungan atau laba.
2. Meningkatkan volume penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.
3. Mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar dapat tetap eksis sehingga menunjang pertumbuhan perusahaan.

Dengan internet penjualan produk dapat lebih terbantu, karena internet memungkinkan proses penjualan yang lebih efektif, respons yang lebih cepat dan biaya yang lebih murah. Perkembangan *ecommerce* memungkinkan jaringan informasi yang menguntungkan baik bagi konsumen maupun perusahaan. Ketika satu perusahaan menyiapkan strategi pemasaran online yang harus di perhatikan adalah kesiapan mengemas barang dan jasa sampai mendistribusikannya kepada konsumen, karena sifat unik transaksinya dan tantangan ke depan.

Menurut (Swastha 2012:122) ada beberapa Tahapan Penjualan yaitu:

1. Persiapan Sebelum Penjualan Tahap pertama dalam penjualan tatap muka adalah mengadakan persiapan-persiapan sebelum melakukan penjualan. kegiatan yang dilakukan adalah memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang dituju dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan.
2. Penentuan Lokasi Pembeli Potensial Dengan menggunakan data pembeli yang lalu maupun sekarang, penjual dapat menentukan karakteristik calon pembeli atau pembeli potensial. Penentuan calon pembeli beserta karakteristiknya dapat dilakukan dengan segmentasi pasar. Oleh karna itu, pada tahap ini ditentukan lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya. Dari lokasi ini dapatlah dibuat sebuah daftar tentang orang-orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan.
3. Pendekatan Pendahuluan Sebelum melakukan penjualan, penjual harus mempelajari semua masalah tentang individu atau perusahaan yang dapat diharapkan sebagai pembelinya.
4. Melakukan penjualan-penjualan yang dilakukan bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon konsumen, kemudian diusahakan untuk mengetahui daya tarik minat mereka. Jika minat mereka dapat diikuti dengan munculnya

keinginan untuk membeli, maka penjual tinggal merealisasikan penjual produknya. Pada saat ini penjualan dilakukan.

5. Pelayanan Jurnal Penjual Sebenarnya kegiatan penjualan tidak berakhir pada saat pesanan dari pembeli telah dipenuhi, tetapi masih perlu dilanjutkan dengan memberikan pelayanan pada mereka.

### **2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan**

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dapat meningkatkan aktivitas penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha (2012) sebagai berikut:

#### **1) Kondisi dan Kemampuan Penjual**

- a) Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan.
- b) Harga produk atau jasa.
- c) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman.

#### **2) Kondisi Pasar**

- a) Jenis pasar
- b) Kelompok pembeli
- c) Daya beli
- d) Frekuensi pembelian
- e) Keinginan dan kebutuhan

#### **3) Modal**

Dengan modal perusahaan akan dapat melakukan aktivitas yang bisa meningkatkan volume penjualan.

#### 4) Kondisi Organisasi Perusahaan

Kondisi organisasi yang ada dalam perusahaan bisa mempengaruhi tingkat penjualan suatu perusahaan.

#### 5) Faktor-faktor lain

a) Promosi

b) Distribusi

Menurut Pakpahan (2016) faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimum. Secara umum mata rantai saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan.

### **2.4 Pedagang Online**

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan. Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaan yang sehari-hari. Pedagang adalah siapa saja yang melakukan tindakan perdagangan dan dalam melakukan tindakan ini menganggapnya sebagai pekerjaannya sehari-hari. Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari.

Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi (Swastha, 2012: 15).

Dengan semakin berkembangnya kemajuan bisnis online di Indonesia, semakin banyak pula pelaku usaha yang bermunculan yang menggunakan media sosial sebagai media pemasaran. Peran media sosial berpengaruh signifikan terhadap pemasaran hasil produk organisasi bisnis (Rangkuti 2017:63). Selain itu, dengan memanfaatkan media sosial, maka penyebaran informasi dan spesifikasi hasil produk suatu organisasi bisnis dapat lebih mudah diketahui dan dapat mengurangi biaya promosi.

Ada beribu-ribu alasan mengapa masyarakat bisnis harus berhubungan ke internet, dan memang salah satu segmen internet yang sangat cepat pertumbuhannya adalah bidang komersial. Internet memang menciptakan suatu lingkungan sebagai lahan untuk melakukan bisnis. Terdapat banyak cerita mengenai bisnis kecil dan besar yang berhasil meningkatkan investasi mereka yang relatif kecil dengan mengeluarkan biaya-hubungan ke internet. Mereka mencari informasi pada internet, memelihara hubungan dengan para pelanggan, atau menyediakan layanan online dan membuka toko maya (Rifai dan Susanti, 2020:90).

Perdagangan melalui sistem elektronik ini sudah diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Dengan adanya kata setuju oleh kedua belah

pihak atas transaksi maka sudah terjadi adanya kontrak elektronik, ditandai dengan adanya kata setuju mengenai berbagai ketentuan yang diatur secara online sebagai bentuk dari kontrak elektronik. Berdasarkan Pasal 47 ayat (2) Peraturan Pemerintah Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dianggap sah apabila (Rifa'I dan Susanti, 2020: 100) :

1. Adanya kesepakatan para pihak
2. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan peraturan perundang-undangan
3. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum.

Islam menganjurkan agar dalam melakukan promosi, nilai kebenaran dan kejujuran harus dijunjung tinggi untuk mewujudkan suatu tujuan luhur dalam berbisnis. Sebab pada dasarnya promosi mempunyai fungsi memberikan informasi yang lengkap dan akurat kepada masyarakat tentang sesuatu yang dipromosikan. Seorang pedagang harus berlaku jujur, menjelaskan cacat barang dagangan yang ia ketahui, yang tidak terlihat oleh pembeli. Demikian halnya dengan kualitas produk harus sesuai dengan apa yang disampaikan produsen baik melalui informasi atau promosi. Suatu hal yang tidak perlu diperhatikan ialah bagaimana hebatnya biaya promosi, jika tidak diikuti dengan produk yang bermutu dan kondisi yang ada adalah kedustaan, maka pemasaran tidak akan berhasil.

### **2.4.1 Jual Beli dalam Islam**

Jual beli atau bay'`u adalah sesuatu kegiatan tukar-menukar barang dengan barang yang lain dengan cara tertentu baik dilakukan dengan menggunakan akad maupun tidak menggunakan akad. Intinya, antara penjual dan pembeli telah mengetahui masing-masing bahwa transaksi jualbeli telah berlangsung dengan sempurna. Penukaran itu dilakukan karena ada manfaat yang diambil dari barang tersebut dan alat tukarnya pun dianggap sesuatu yang bernilai atau berharga. Jual beli merupakan perbuatan halal dalam agama islam. Jual beli dalam islam dapat diartikan dengan tukar menukar harta dengan cara tertentu yang bermanfaat (syaifullah, 2014). Harta yang dimaksud adalah materi atau manfaat. Manfaat dari suatu benda dapat diperjual belikan. Jual beli merupakan transaksi di dalamnya terdapat dua unsur yaitu ijab dan qabul. Melakukan kegiatan jual beli, sesama umat manusia dapat saling tolong menolong yang sangat dianjurkan dalam islam.

Berbagai ulama madzhab juga mendefinisikan jual beli, meskipun terdapat perbedaan namun substansi dan tujuan masing-masing definisi sama. Ulama Hanafiah menjelaskan bahwa jual beli adalah menukarkan benda dengan dua mata uang yaitu emas dan perak dan semacamnya. Tukar menukar barang dengan uang atau semacamnya menurut cara yang khusus bahwa jual beli harus melalui ijab (ungkapan membeli dari pembeli) dan qabul (pernyataan menjual dari penjual), atau boleh melalui saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli. Akan

tetapi harta yang diperjual belikan haruslah yang bermanfaat bagi manusia. Apabila jenis-jenis barang yang tidak memiliki manfaat tetap diperjual belikan, maka jual belinya tidak sah. (Achmad Zurohman, Eka Rahayu, 2019).

Beberapa definisi di atas dapat diketahui bahwa secara garis besar jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar barang atau benda yang memiliki nilai secara ridha di antara kedua belah pihak. Salah satu pihak menerima benda dan pihak lainnya menerima uang sebagai kompensasi barang, serta dipertukarkan dengan alat ganti yang dapat dibenarkan sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati. Islam mempertegas legalitas dan keabsahan jual beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep riba. (Salim, 2017).

#### **2.4.2 Rukun Jual Beli**

Menurut Hendi Suhendi rukun jual beli ada empat yaitu:

1. Ada orang yang berakad (penjual dan pembeli). Kegiatan jual beli akan menjadi sah apabila ada penjual dan pembeli, oleh karena itu apabila hendak melakukan kegiatan jual beli sebaiknya ada penjual dan pembeli agar tidak ada keraguan dari kedua belah pihak.
2. Ada shighat (lafal ijab dan kabul). Shighat dalam jual beli adalah ucapan antara pembeli dan penjual yang berarti persetujuan antara kedua belah pihak untuk menyerahkan barang yang mereka pertukarkan. Contohnya, penjual

mengatakan saya serahkan barang ini dan pembeli mengatakan saya terimah barang ini.

3. Ada barang yang dibeli. Sebaiknya dalam transaksi jual beli barang yang dijual adalah barang yang bisa untuk diserahkan dikarenakan jika barang yang dijual tidak bisa diserahkan kepada pembeli maka tidak sah jual belinya. Seperti menjual buah alvokat yang masih ada di atas pohonnya, menjual ikan yang masih ada dilaut karena itu merupakan jual beli gharar.
4. Ada nilai tukar pengganti barang. Nilai tukar biasanya berupa uang yang digunakan oleh pembeli jika hendak membeli barang kepada penjual

### **2.4.3 Sosial Media**

Sosial media adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagai, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk sosial media yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (Afriani, 2011: 24).

Sosial media adalah media daring yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh, proses interaksi antara user satu dengan user lainnya, serta mendapatkan sebuah informasi melalui perangkat aplikasi khusus menggunakan jaringan internet. Tujuan dari adanya sosial media sendiri adalah sebagai sarana komunikaasi

untuk menghubungkan antara pengguna dengan cakupan wilayah yang sangat luas. Agar pengguna sosial media (sosmed) lebih mudah dan cepat, dibutuhkan koneksi internet yang stabil cepat. Anda tidak perlu lagi menghubungi orang lain melalui kabel telepon atau alat komunikasi tradisional. Cukup dengan mengakses sosial media, anda dapat terhubung dengan banyak orang, membuat forum, diskusi bersama, mengunggah aktivitas keseharian anda, dan lain sebagainya. (Muhammad Robith Adani, 2020). Adapun definisi menurut Hayes (2015) Sosial media atau media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari user-generated content dan persepsi interaksi dengan orang lain.

#### **2.4.4 Kelebihan dan Kekurangan Media Online**

##### **1) Kelebihan Media Online**

- a. Proses penyebaran informasi sangat cepat.
- b. Informasi atau data lama dapat dibuka kembali dengan mudah sewaktu-waktu.
- c. Bentuk konten yang disampaikan sangat beragam, yaitu teks, image, audio, video.
- d. Dapat diakses dengan mudah dari mana saja dan kapan saja, serta penggunaannya praktis dan fleksibel.
- e. Para pengguna media online dapat saling berinteraksi.

## 2) Kekurangan Media Online

- a. Informasi yang dimuat tidak selalu akurat dan kurang lengkap karena lebih mengutamakan aktualisasi.
- b. Pengguna harus memiliki perangkat yang mendukung dan koneksi internet yang stabil.
- c. Pengguna media online dalam jangka panjang bisa menyebabkan mata lelah dan gangguan kesehatan mata. (M. Prawiro. 2018)

Berdasarkan dari uraian di atas, dapat disimpulkan media online adalah sebuah alat berkomunikasi yang digunakan dan dimanfaatkan untuk pembelajaran pendidikan yang dilakukan dan dapat mengakses informasi sangat cepat, media online sangat cepat menyampaikan beritanya, media online dapat di akses dari mana saja dan kapan saja yang kita mau. Seperti halnya perbedaan media online dan sosial media, media online suatu media yang meliputi forum online, aplikasi chatting, sampai dengan jejaring sosial yang termasuk aplikasi chatting seperti Whatsapp dan Line. Sedangkan sosial media adalah sebagai sarana berbagi atau bertukar informasi, saling komentar dan lainnya, yang termasuk sosial media adalah Facebook, Twiter, Youtube, Instagram, dan aplikasi lainnya.

### **2.5 Penelitian Terkait**

Penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan ini telah dilakukan peneliti lainnya. Penulis menyusunnya dalam bentuk tabel berikut ini:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Zurifah Diana Sari. 2018	Analisis Fiqih Muamalah Terhadap Praktik Jasa Titip Beli Online Dalam Akun Instagram @Storemu rmersby	Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jasa titip beli online di akun instagram @storemurmrsby belum terlaksana dengan baik karena adanya ketentuan diluar kesepakatan awal yang dilakukan oleh pihak penjual secara sepihak ketika barang yang dipesan oleh pembeli tidak ada atau kehabisan stok maka uang atas jasanya tersebut tetap diambil sebagian. Yang menurut fiqih muamalah, praktik tersebut belum memenuhi salah satu syarat ija@rah maupun ketentuan ujah yaitu saling meridhai, karena dalam praktiknya ada pihak yang merasa keberatan. Di dalam Islam	- Jasa titip - Beli online	- Tempat Penelitia - Periode Penelitian

			dijelaskan apabila salah seorang di antara kedua orang yang berakad terpaksa melakukan akad tersebut, maka akad nya tidak sah		
2	Mahesti dan Laksana 2015	Perlindungan Hukum terhadap Pengguna Jasa Titipan Online	Hasil dari penelitian tersebut yakni. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang telah dirugikan atas adanya cacat produk dalam pembelian barang melalui jasa titip beli secara online tercantum di dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang meliputi hak-hak konsumen, kewajiban, larangan-larangan pelaku usaha. Tanggung jawab pelaku usaha yaitu berupa product liability, dimana produsen harus bertanggung jawab atas kerugian cacat produk yang diderita oleh konsumen	Jasa Online	- Tempat penelitian - Periode penelitian

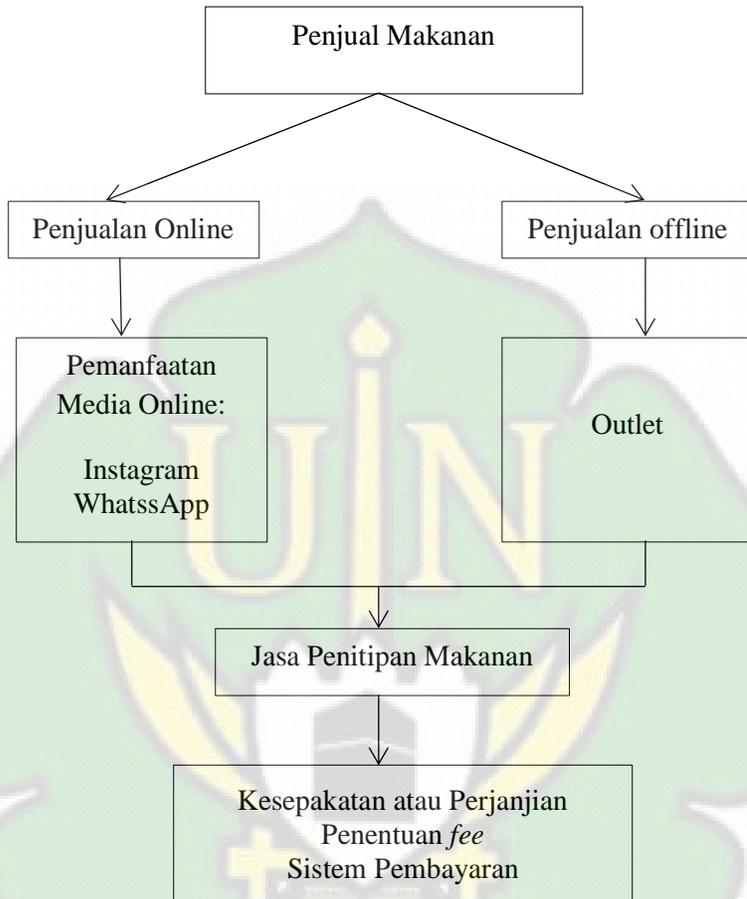
3	Elisa, 2018	Tinjauan Hukum syariah Terhadap Jasa Titip Pada Praktik Jual Beli Online.	akad dalam jual beli menjadi batal karena objek yang diperjual belikan merupakan barang milik orang lain. Serta berbagai macam kecurangan yang banyak terjadi pada jual beli yang dilakukan oleh jasa titip dapat menimbulkan kerugian baik bagi pembeli dan pemilik toko, sehingga dalam praktik jasa titip pada jual beli <i>online</i> ini menjadi tidak sah.	Jasa titipan	- Tempat penelitian - Periode Penelitian
4	Rifa'I dan Susanti 2020	Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen konsumen berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen, kepuasan berpengaruh terhadap kepercayaan, komitmen berpengaruh terhadap loyalitas, kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas,	Jasa titipan	Tempat penelitian

			kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas, komitmen berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepercayaan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepercayaan		
5	Irwansyah dan Muslich, 2019	Instagram dan fenomena Jastip Indonesia	fenomena jastip merupakan model bisnis baru yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Didukung dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju, media sosial Instagram bisa dijadikan sarana untuk berjualan online dan menyediakan service jasa titip dengan fitur-fiturnya yang menarik seperti mengunggah photo, instastory, dan menjangkau berbagai kalangan karena	Jasa titipan	Tempat Penelitian

			penggunanya yang berasal dari berbagai kalangan.		
--	--	--	--	--	--

## 2.6 Kerangka Penelitian

Jasa titipan makanan idealnya harus memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, pihak penitip dapat menjual makanannya dan lebih banyak diketahui orang. Bagi pedagang yang dititipi merasakan manfaat dari jasa penitipan berupa *fee* yang ditentukan di awal atau berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak. Sedangkan bagi pihak pemilik makanan akan mendapatkan kemudahan untuk menjual dan mempromosikan makanannya. Peneliti menyusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Untuk mencapai keberhasilan sebuah karya ilmiah, metode yang digunakan sangat erat hubungannya dengan masalah yang akan diteliti. Dalam penulisan sebuah karya ilmiah sangat dipengaruhi oleh metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data yang lengkap, objektif dan tepat dari objek penelitian yang akan diteliti. Metode penelitian sangat menentukan kualitas dan arah tujuan sebuah karya ilmiah untuk memperoleh data dan informasi tersebut.

Dalam penelitian karya ilmiah ini, penulis menggunakan metode *deskriptif analisis*, yaitu suatu metode yang bertujuan memusatkan pada pembahasan serta membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat, hubungan antar fenomena yang diselidiki secara objektif (Teguh, 2005: 5). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu suatu metode untuk menganalisis dan memecahkan masalah yang berkenaan transaksi akad jual beli tinjauan hukum syariah.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penempatan lokasi penelitian sangat penting dalam rangka mempertanggungjawabkan data yang diperoleh, dengan demikian penelitian diadakan di Kota Banda Aceh, penelitian berfokus pada

Sate Kerang Khadeejah. Alasan peneliti mengambil sate kerang khadeejah sebagai objek penelitian adalah karena sate kerang khadeejah merupakan salah satu usaha makanan dan minuman yang berbasis online dan offline. Sate kerang khadeejah beralamat di jalan Tgk Nyak Arif nomor128a Kota Banda Aceh, peta lokasi sate kerang khadeejah bila ditinjau dari aplikasi dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 3.1. Peta Lokasi Sate Kerang Khadeejah

### **3.3 Metode dan Sumber Data**

Suyanto & Sutinah (2008: 59) menyatakan dalam mengumpulkan data yang berhubungan dengan objek kajian yang berupa data primer dan data sekunder.

#### **a. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)**

Penelitian ini bertujuan untuk mencari dan menelaah sejumlah teori-teori dari para ahli sebagai landasan untuk pengkajian dan penelitian. Penelitian pustaka tentu saja tidak sekedar untuk membaca dan mencatat literatur atau buku-buku. Penelitian pustaka juga merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka

#### **b. Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Penelitian ini dilakukan dengan cara pengumpulan data di lokasi objek penelitian. Dalam hal ini pengumpulan data langsung pada penjual makanan online dengan menggunakan teknik/instrumen yang telah dipersiapkan untuk mendukung analisis kepustakaan.

### **3.4 Teknik pengumpulan Data**

#### **a. Wawancara (*Interview*)**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan yang dianggap tepat untuk memberikan informasi atau keterangan-keterangan tentang penelitian ini (Teguh, 2005: 136). yaitu kepada penjual makanan online yang terkait dengan penelitian ini. Wawancara yang

dilakukan menggunakan *guidanceinterview*. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data yang tepat dan akurat.

b. Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data tersebut masing-masing menggunakan instrumen yang berbeda-beda, untuk teknik wawancara penulis menggunakan instrumen: kertas, alat tulis dan instrumen lain yang dapat membantu dalam penelitian ini.

c. Langkah-langkah Analisis Data

Apabila seluruh data penelitian telah diperoleh, maka kemudian ditarik kesimpulan untuk menjadi suatu pembahasan untuk menjawab persoalan yang ada dengan di dukung oleh data lapangan dan teori yang sesuai dengan pembahasan.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Profil Penelitian**

##### **4.1.1 Profil Sate Kerang Khadeejah**

Perkembangan zaman yang sangat pesat terutama pada bidang teknologi, dimana hampir seluruh aktivitas manusia di masa sekarang ini menggunakan teknologi. Hal ini semakin berkembang dikarenakan jaringan internet yang semakin luas. Perubahan ini terjadi dikarenakan semakin tingginya kebutuhan, dimana kebutuhan ini dapat terpenuhi atau dipermudah dengan adanya teknologi. Sehingga pada saat ini teknologi memiliki peranan yang sangat penting bagi masyarakat luas. Khususnya pada kegiatan bisnis yaitu bisnis online, yang merupakan transaksi yang dapat dilakukan dimana dan kapan saja. Misalnya adanya penyediaan jasa titip. Salah satu penyedia jasa titip baik secara online maupun offline adalah Sate kerang khadeejah merupakan salah satu usaha yang menerima jasa titip makanan dan minuman.

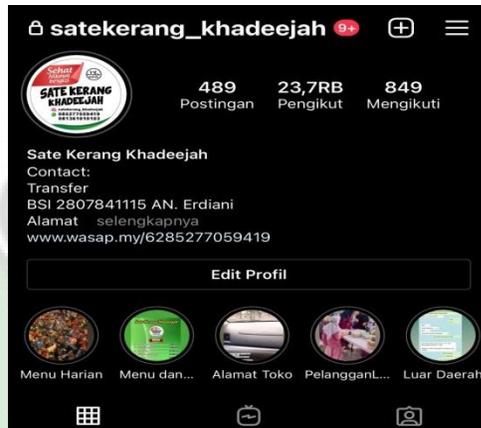
Jasa titip atau sering disebut dengan sebutan jastip yang merupakan sebuah pekerjaan atau aktivitas seseorang dalam transaksi jual beli suatu produk, dimana produk yang dibutuhkan oleh pembeli tersebut jauh dari jangkauan pembeli sehingga pembeli harus membeli produk tersebut dengan menggunakan perantara orang yang sering dikenal dengan sebutan penyedia jasa titip atau jastip. Orang yang memiliki profesi sebagai penyedia jasa

titip produk/barang akan menyediakan secara personal atau hanya membuat akun di Instagram atau media sosial lainnya. Hal ini memberikan kemudahan konsumen untuk mendapatkan produk yang di diinginkannya. Para penyedia jasa online hanya mengandalkan *smart phone*, jaringan internet, sosial media, photo, dapat meraih omzet yang besar, tergantung dari cara pemasaran yang para penyedia jasa titip sediakan.

Sate Kerang Khadeejah memiliki 10 orang karyawan baik laki-laki maupun perempuan, yaitu terdiri dari bagian admin, pramusaji serta kurir dengan bagian tugas masing-masing.

Sate kerang khadeejah merupakan salah satu usaha jasa titip baik makanan dan minuman baik secara offline maupun secara online. Sate kerang khadeejah merupakan suatu usaha yang didirikan pada tanggal 28 Juli 2019. Usaha Sate Kerang Khadeejah ini berlokasi di Blang Cut, Loung Bata Banda Aceh. Pada awalnya sate kerang Kahdeejah hanya menjual sate kerang bakar. Usaha ini bermula dari teras ruko yang merupakan tempat tinggal pemilik usaha. Selanjutnya usaha Sate Kerang Khadeejah berkembang dengan menyajikan berbagai menu tambahan seperti kerang balado, baby cumi lado, paru lado dan juga menu lontong dan juga menerima titipan makanan langsung atau secara offline seperti makannan dan minuman, sehingga semakin diminati oleh para pelanggan sehingga usaha ini cepat berkembang. Seiring perkembangan dan kemajuan kuliner ini, Sate kerang khadeejah juga mengikuti perkembangan teknologi dengan membuat jasa titip

secara online di Instagram dengan nama satekerang\_khadeejah dengan followers sebanyak 23,7K.



**Gambar 4.1 Laman Instagram Sate Kerang Khadeejah**

Awal munculnya pandemi Covid 19, banyak usaha yang mulai tutup karena kurangnya minat masyarakat dalam membeli. Akan tetapi, usaha Sate Kerang Khadeejah terus berkembang dan banyak para pedagang yang menitipkan makanan dan minuman di tempat tersebut. Hingga kini banyak makanan dan minuman serta cemilan yang dijual di Sate Kerang Khadeejah. Adapun produk yang dijual di Sate Kerang Khadeejah meliputi:

1. Makanan

Makanan yang dijual di Sate kerang Khadeejah sangat bervariasi, mulai dari sate kerang, sate gurita, ikan, cumi, udang, daging, ayam, bebek, jengkol dan juga makanan lainnya.



**Gambar 4.2 Menu Makanan Sate Kerang Khadeejah**

2. Minuman dan *Dessert*

Minuman yang dijual juga sangat bervariasi rasanya seperti minuman susu jeli, nenas jahe, kelapa jeli, alpukat, mangga, es buah dan juga minuman lainnya. Minuman tersebut dijual dalam kemasan botol dan dalam keadaan dingin.



**Gambar 4.3 Menu *Dessert* Sate Kerang Khadeejah**

### 3. Cemilan

Cemilan atau *snack* yang dijual juga sangat bervariasi mulai dari keripik, kacang, basreng, pop corn, stik keju, stik kentang dan cemilan lainnya.



**Gambar 4.4 Menu Cemilan Sate Kerang Khadeejah**

### 4. Frozen Food

*Frozen food* juga tersedia di tempat ini seperti dimsum dengan berbagai varian rasa, kentang frozen, tahu balik, pancake durian, kebab dan lain-lain.



**Gambar 4.5 Frozen Food**

#### 4. Buah-buahan

Buah-buahan juga dijual dalam bentuk kiloan yang telah dikemas, seperti mangga, apel, anggur dan lain-lainnya.



**Gambar 4.6 Buah-buahan Sate Kerang Khadeejah**

#### **4.2 Hukum Jual Beli Online Menurut Hukum Negara (Undang-Undang)**

Dalam aturan perniagaan online, dapat diterapkan KUH Perdata. Secara analogis, Dalam pasal 1313 KUH Perdata di jelaskan bahwa suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Untuk sahnya suatu kontrak, kita harus melihat syarat-syarat yang diatur di dalam pasal 1320 KUH perdata yang menentukan bahwa syarat sah suatu perjanjian sebagai berikut;

1. Kesepakatan para pihak
2. Kecakapan untuk membuat perjanjian
3. Suatu hal tertentu;

#### 4. Sesuatu sebab yang halal.

Apabila unsur pertama (kesepakatan) dan unsur kedua (kecakapan) tidak terpenuhi, maka kontrak tersebut dapat dibatalkan. Sedangkan apabila tidak terpenuhi unsur ketiga (suatu hal tertentu) dan unsur keempat (suatu sebab yang halal) maka kontrak tersebut adalah batal demi hukum (Suhartono, 2010: 233). Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا  
الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن  
رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ  
قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى  
الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ  
اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: *“dan tolong-menolong lah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan, dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat berat siksa-Nya”*.

Indonesia sebagai Negara hukum terhadap suatu perkara langsung berlandaskan dengan undang-undang. Semua itu dengan tujuan untuk kepentingan masyarakat Indonesia. Maka jual beli online dapat dikaitkan dengan UU No.11 Tahun 2008 tentang

Informasi Teknologi Elektronik (ITE). Pembahasan tentang ITE juga pernah terjadi pada Kasus Nyonya Prita tentang pencemaran nama baik sebuah Rumah sakit swasta di Jakarta melalui media elektronik berupa email yang terjerat dalam pasal 27 ayat 3. Menurut pasal 1 ayat 2 UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE menjelaskan tentang transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya (UU).

Dalam jual beli online banyak para konsumen mengeluh karena tidak semua produk yang ditawarkan pada jual beli online itu sama persis dengan senyatanya, maka untuk melindungi kepentingan konsumen pada Pasal 28 ayat 1 UU No. 11 tahun 2008 tentang ITE menjelaskan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik. Adapun pidana bagi seseorang yang melakukan penipuan dalam media elektronik seperti dalam jual beli online dijelaskan dalam pasal 45 ayat 2 yang menyatakan: Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). Pengawasan pemerintah terhadap suatu tindakan kriminal khususnya penipuan yang dilakukan dalam jual beli online harus segera ditindak lanjuti, mengingat banyak konsumen seperti sudah tidak percaya terhadap jual beli yang berlabel online padahal ini

sangat membantu banyak kalangan selain meringankan penjual dalam memasarkan produknya, dalam jual beli online juga dapat mengurangi pengangguran di Indonesia karena mereka tidak harus mengeluarkan banyak modal untuk dapat berwirausaha.

Pada usaha sate kerang Khadeejah yang menyediakan jual-beli online serta menyediakan jasa titip online. maka sate kerang Khadeejah telah menyesuaikan berdasarkan undang-undang dimana sate kerang Khadeejah menyediakan produk yang sesuai dengan yang ditawarkan. Produk yang ditawarkan pada akun online sate kerang Khadeejah adalah makanan dan minuman, dimana foto makanan dan minuman yang disajikan pada akun media sosial sate kerang Khadeejah sama persis dengan produk aslinya. Produk yang ditawarkan tidak memiliki perbedaan dengan produk aslinya. Hal ini dilakukan guna menjaga kepercayaan konsumen agar senantiasa berbelanja di sate kerang Khadeejah baik secara online maupun offline. Transaksi jual-beli online pada sate kerang Khadeejah menggunakan sistem jasa titip online.

#### **4.3 Pengertian Jual Beli dengan Sistem Jasa Titip Online**

Teknologi yang semakin lama semakin berkembang ditandai dengan adanya smartphome yang sering dikenal dengan handphome serta aplikasi sosial media yang memberikan kemudahan kepada masyarakat luas untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan perkembangan teknologi dan media sosial saat ini para pebisnis mencoba mengembangkan usahanya, selain dengan menyediakan produk, pebisnis saat ini mulai menyediakan

layanan jasa untuk membelikan suatu barang yang diinginkan oleh orang lain dengan cara menitip. Salah satu usaha bisnis yang tergolong unik adalah bisnis jasa titip online (jastip) atau yang biasa disebut dengan istilah personal shopper (Sa'adah, *et al*: 2019). Bisnis ini tergolong mudah dan menguntungkan untuk dilakukan. Jasa titip telah dikenal oleh masyarakat luas dengan sebutan (jastip) yaitu sistem yang ditawarkan oleh perorangan untuk membelikan sesuatu yang kemudian ditambahkan biaya imbalan atau uang jasanya yang biasa disebut sebagai ongkos jasa titip.

Jasa titip online (jastip) telah dikenal oleh masyarakat luas baik kalangan atas maupun kalangan bawah, dan menengah. Khususnya pengguna media sosial Instagram, facebook, tik-tik, dan lain-lain. Jastip adalah suatu bisnis penyedia pelayanan jasa titip beli. Pemberi layanan jastip akan menawarkan jasa titipnya untuk membantu orang-orang yang membutuhkan atau yang menginginkan suatu produk tetapi tidak dapat pergi untuk membeli produk tersebut. Maka orang-orang tersebut dapat memanfaatkan jasa titip (jastip) tersebut untuk memenuhi kebutuhannya. Jasa titip ini sangat bermanfaat dan di minati oleh banyak pelanggan, hal ini dikarenakan tidak adanya batasan. Jenis produk yang sering dibeli menggunakan layanan jastip adalah produk fashion, make up, elektronik, hingga makanan.

Menurut pandangan Islam menjual atau menyediakan jasa atau layanan kepada orang lain itu diperbolehkan. Seperti halnya jual beli barang dan komoditas. Terlebih di era globalisasi ini, dimana kebutuhan masyarakat semakin hari semakin meningkat baik kebutuhan barang maupun kebutuhan jasa yang akan ikut meningkat pula. Seperti penggunaan jasa titip online melalui Instagram, facebook dan media sosial lainnya. Hal ini dikarenakan media sosial khususnya Instagram memiliki eksistensi yang lebih tinggi di antara media sosial yang lainnya dalam dunia bisnis. Selain tampilannya yang lebih kompleks, Instagram lebih menonjolkan foto dan video dari pada narasi sehingga lebih cocok dan menarik digunakan sebagai media pemasaran untuk berbisnis. Terdapat banyak sekali pihak penyedia layanan jasa titip yang memilih menjalankan bisnis jasa titip nya menggunakan media sosial Instagram.

Penulis meneliti akun Instagram yang bernama Sate Kerang Khadeejah yang merupakan akun jual beli online sekaligus menggeluti bisnis jastip. Penulis memilih penyedia layanan jasa titip [Satekerang\\_khadeejah](#) karena pemiliknya bertempat tinggal dan menetap di Banda Aceh, hal ini dapat memudahkan penulis untuk melaksanakan penelitian. Selain itu, layanan jasa titip ini juga mempunyai toko sebagai tempat jual beli, karena pemiliknya tidak hanya menjalankan bisnis jasa titip saja, melainkan juga menjalankan bisnis jual beli aneka produk makanan dan minuman. Akun Instagram [Satekerang\\_khadeejah](#) juga sangat

banyak peminatnya, hal ini ditandai dengan banyaknya followers' yang dimiliki oleh akun Satekerang\_khadeejah.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa jastip adalah jasa layanan untuk membelikan suatu barang sesuai keinginan konsumen serta pemberian sejumlah upah kepada pihak jastip sebagai ongkos pembelian. Dengan adanya bisnis jastip ini telah memberi banyak manfaat bagi pengguna layanan jasa titip dan keuntungan bagi pihak penyedia layanan jasa titip dan pihak pemilik barang titipan. Bisnis jastip ini bisa dijalankan kapan pun dan dimana pun. Contohnya, bisnis jastip ini sangat cocok dilakukan bagi para traveller yang suka liburan dan bepergian, mereka bisa melakukan hobinya sekaligus juga berbisnis.

Adapun manfaat dengan adanya bisnis jastip ini bagi konsumen adalah memudahkan mereka untuk membelanjakan suatu barang yang ingin mereka belikan, namun mereka merupakan seseorang yang sibuk atau tidak sedang berada di lokasi barang yang ingin mereka miliki, maka para konsumen tersebut bisa memanfaatkan jasa jastip ini untuk membelikan barang tersebut. Biaya yang dikeluarkan-pun cukup murah, biaya jastip ini hanya berkisar kurang lebih Rp. 15.000 per-item yang dibelikan, ini berlaku bagi para konsumen yang mengambil barangnya secara cash on delivery (COD).

Bagi pihak yang menyediakan layanan jasa titip sangat bermanfaat karena bisnis jasa titip ini tidak memerlukan modal yang tinggi, bisnis ini hanya mengandalkan jaringan internet dan

aplikasi sosial media khususnya Instagram, serta keahlian dalam melakukan transaksi online. Bisnis lumayan menjanjikan keuntungan di setiap transaksinya. Karena, setiap barang yang ditranslasikan untuk di titip belikan dikenakan imbalan sebagai ongkos jasa. Sedangkan manfaat yang didapat oleh pihak penjual adalah sangat membantu dalam proses pemasaran produknya serta menambah pendapatan usaha. Jasa titip ini merupakan suatu bisnis yang diperbolehkan dalam Islam, karena pengguna layanan jasa titip dengan penyedia layanan jasa titip sama-sama telah sepakat untuk melakukan sebuah transaksi, dan lagi pula produk yang diperjual-belikan bukanlah produk yang diharamkan dalam Agama Islam.

Penulis memandang bahwa bisnis jasa titip memiliki banyak manfaat, baik itu bagi pihak penyedia layanan jasa titip, pengguna layanan jasa titip, serta bagi para penjual. Dengan adanya bisnis jasa titip ini sangat memudahkan orang-orang untuk berbelanja tanpa harus bepergian jauh. Selain itu, dengan menjalankan bisnis jasa titip seseorang bisa memanfaatkan smartphone yang dimilikinya untuk hal-hal yang lebih berguna, produktif, dan yang paling penting adalah dapat memberi keuntungan.

#### **4.4 Penerapan Jasa Titipan terhadap Penjualan Makanan**

Bisnis jasa titip dipasarkan menggunakan media sosial online, salah satunya adalah media yang memanfaatkan jaringan internet dan jejaring sosial yaitu instagram. Akun instagram

memiliki fungsi sebagai wadah yang digunakan sebagai media promosi untuk menjalankan bisnis jasa titip online. Aplikasi instagram merupakan suatu aplikasi media sosial yang beroperasi di smartphone atau alat elektronik lainnya yang memungkinkan penggunanya dapat mendownload gambar atau foto, video, menambahkan efek/filter digital serta mebagikannya kepada pengguna media sosial lainnya dengan cara mengupload gambar atau video tersebut. Penyedia layanan jastip cenderung memilih untuk menggunakan instagram sebagai media promosi karena pengguna jejaring sosial instagram sangat banyak, sehingga pemasaran dapat dilakukan secara menyeluruh kapanpun dan dimanapun selama terdapat jaringan internet. Biaya yang digunakan hanya membeli paket internet saja.

Mekanisme transaksi pada jasa titip online adalah pihak pembeli yang menggunakan jasa titip diharuskan mengisi format pemesanan yang telah ditentukan oleh pihak penyedia layanan jasa titip, dan pembeli diharuskan membayar terlebih dahulu sejumlah biaya serta penambahan fee terhadap barang yang di titip belikan, pembayarannya dilakukan dengan mentransfer sejumlah uang tersebut ke rekening penyedia jasa titip. Setelah transaksi terjadi, maka barulah pihak penyedia layanan jasa titip membeli barang pesanan konsumen. Apabila barang yang diinginkan oleh penitip telah habis, maka pihak penyedia layanan jasa titip akan menghubungi konsumen untuk memberitahukan bahwa produk yang ingin di titip-belikan tidak tersedia, lalu penyedia layanan jasa

titip akan menanyakan apakah ada barang lain yang ingin dititipi oleh konsumen sebagai pengganti barang pertama yang telah habis.

Namun jika tidak ada, pembeli berhak menerima uangnya kembali dan penyedia layanan jasa titip juga berkewajiban mengembalikan uang penitip, tapi jumlah uang yang dikembalikan oleh penyedia layanan dan diterima oleh pembeli tidak sama dengan jumlah awal yang dibayarkan oleh pihak penitip. Uang yang dikembalikan kepada konsumen telah dipotong biaya upah jasa titip sebesar Rp.15.000, hal ini dilakukan oleh penyedia layanan jasa titip semata-mata sebagai biaya yang telah mereka habiskan dalam perjalanan membelanjakan barang titipan konsumen. Mengatakan agar berhasil dalam menjalani bisnis jasa titip ini, kunci terpenting nya adalah komunikasi dengan konsumen harus cukup baik. Hal pertama yang dilakukan oleh penyedia layanan jasa titip adalah menanyakan kepada konsumen apakah ada barang lain yang ingin dibelikan sebagai pengganti barang yang telah habis. Jika tidak ada, uang konsumen akan dikembalikan oleh penyedia layanan jasa titip, namun telah dipotong sebesar Rp. 15.000 sebagai ongkos biaya yang telah digunakan dalam perjalanan mencari barang titipan konsumen. Biaya yang dilakukan oleh penyedia layanan jasa titip adalah hal wajar, biaya tersebut merupakan ongkos dari usaha yang telah mereka berikan dalam mencari barang titipan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan bisnis jasa titip ini sangatlah mudah

dimana modal yang diperlukan juga tidak besar seperti menjalankan bisnis lainnya. Untuk menjalankan bisnis jasa titip online seseorang tidak perlu menyetok barang dagangan sebagai suatu produk yang diperjualbelikan, karena bisnis jasa titip ini hanya dijalankan jika terdapat konsumen yang ingin dibelikan suatu produk. Seseorang yang menjalankan bisnis jasa titip online ini juga tidak harus mengeluarkan biaya untuk menyewa atau membeli sebuah toko sebagai tempat untuk menyimpan barang dan tempat untuk berjual beli, karena semuanya dilakukan secara online. Setelah barang titipan konsumen dibelikan, barang tersebut akan dikirimkan ke alamat konsumen menggunakan jasa layanan pengiriman barang oleh penyedia layanan jasa titip. Jadi, penyedia layanan jasa titip tidak perlu menyediakan suatu tempat untuk menyimpan barang dagangan.

Menurut penulis bisnis jasa titip ini bisa dilakukan oleh siapa saja, tidak harus bagi seseorang yang suka bepergian jauh. Karena tidak semua orang ingin di titip belikan suatu produk yang berasal dari luar negeri. Contohnya seseorang yang berprofesi sebagai mahasiswa/i yang berkuliah di suatu daerah juga bisa melakukan bisnis jasa titip online. Barang yang dipasarkan tidak harus selalu barang branded, mahasiswa/i juga bisa memasarkan di media sosialnya mengenai suatu produk yang menjadi ciri khas suatu daerah untuk menarik pelanggan.

#### **4.5 Ketentuan Jasa Titipan Terhadap Penjualan Makanan dan Minuman Pada Pedagang Online Sate Kerang Khadeejah**

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha, yaitu Ibu Erdiani. Hasil wawancara dilakukan untuk mengetahui ketentuan jasa titipan terhadap penjualan makanan pada pedagang online. Hasil wawancara dijabarkan sebagai berikut.

##### **1. Ketentuan Produk**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, penitipan makanan di sate Kerang Khadeejah diharuskan mengikuti ketentuan yang diterapkan oleh pemilik usaha, yaitu produk yang dijual harus berkualitas. Pada konteks ini, makanan yang dijual haruslah enak dan tidak mengandung micin. Berikut ini hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti.

*“Ketentuan pertama yang harus dipenuhi oleh para pedagang yang menitipkan makanannya adalah cita rasa. Kami akan melakukan uji coba terhadap makanan tersebut bagai mana rasa dan keawetannya seberapa lama makanan tersebut tidak mudah basi terhadap makanan yang akan dititipkan (tester), jika makanan yang akan dijual memiliki rasa yang enak dan cocok, maka kami akan mengizinkannya untuk menitipkan dagangannya. Akan tetapi jika makanana yang dijual belum memiliki rasa yang pas (kurang enak), maka kita akan meminta pedagang memperbaiki rasanya” (Wawancara dengan Ibu Erdiani, pemilik usaha Sate Kerang Khadeejah).*

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ketentuan pertama yang harus dipenuhi pedagang adalah Berkaitan dengan cita rasa yang dimiliki oleh pedagang jika makanan yang dititipkan dan akan dijual memiliki cita rasa yang enak dan layak maka akan dijual oleh sate kerang Khadeejah akan tetapi jika makanan tersebut dianggap belum layak dan belum enak maka pihak sate kerang Khadeejah akan meminta pedagang untuk memperbaiki rasanya. Jika rasa tersebut bisa diperbaiki maka mereka akan menjual makanan tersebut akan tetapi jika tidak dapat diperbaiki atau rasa yang dihasilkan oleh pedagang masih belum memenuhi kriteria maka pihak sate kerang Khadeejah akan menolak untuk menjualkan makanan tersebut hal ini menunjukkan bahwa usaha sate kerang Khadeejah mengalami perkembangan yang pesat dikarenakan adanya kontrol terhadap produk atau makanan yang dijual.

## **2. Ketentuan Jasa**

Ketentuan kedua yang diterapkan di sate kerang Khadeejah berkaitan dengan ketentuan jasa atau ongkos penitipan di tempat tersebut. Adapun jasa yang diterapkan oleh sate kerang Khadeejah langsung didiskusikan dengan para pedagang yang menitipkan makanan sehingga pihak pedagang mengetahui harga jual maupun harga yang ditetapkan oleh sate kerang Khadeejah. berikut ini merupakan hasil wawancara dengan pemilik usaha sate kerang Khadeejah.

*“Mengenai jasa titipan biasanya kita langsung mendiskusikan dengan pihak pedagang jika pihak pedagang menyetujui maka kita baru akan memulai kerjasama biasanya untuk barang untuk harga makanan di bawah 20.000 kita hanya mengambil jasa titipan senilai 2.000 saja sedangkan untuk produk diatas 20.000 biasanya dikenakan biaya jasa titipan senilai 3.000 akan tetapi jika makanan atau produk tersebut bernilai lebih dari 50.000 maka kita akan menjual mengambil jasa titipan senilai 5.000.”*  
(Wawancara dengan Ibu Erdiani, pemilik usaha Sate Kerang Khadeejah).

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan jasa titipan ditentukan oleh pihak sate kerang Khadeejah berdasarkan harga atau produk yang akan dijual sebagai contoh jika produk tersebut bernilai 20.000 maka jasa titipan yang diambil oleh sate kerang Khadeejah senilai 2.000 demikian pula dengan harga-harga lainnya sebagaimana jawaban wawancara di atas akan tetapi penerapan jasa titipan tersebut dilakukan atas kesepakatan kedua belah pihak jika pihak pedagang yang menitipkan makanan tidak menyetujui maka pihak sate kerang Khadeejah juga akan berusaha mencari jalan keluar terbaik hal ini dilakukan agar pedagang tidak marah rugi dan pihak sate kerang Khadeejah juga bisa mendapatkan keuntungan meskipun hanya sedikit.

Jawaban yang disampaikan di atas juga menunjukkan bahwa pihak sate kerang Khadeejah mau bekerjasama dengan para pedagang untuk mengembangkan usahanya sate kerang tidak memberatkan pedagang dan juga tidak memberatkan pelanggan

sehingga bisa membeli makanan yang dijual dengan harga yang sangat terjangkau hasil analisis yang peneliti lakukan juga menunjukkan bahwa produk yang dijual di sate kerang Khadeejah memiliki harga yang standar bahkan lebih murah dari tempat penitipan lainnya hal ini dikarenakan pihak sate kerang Khadeejah tidak mengambil jasa titipan yang begitu besar sehingga para pelanggan dan masyarakat tertarik untuk belanja di sate kerang Khadeejah.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pedagang yang menitipkan dagangannya di sate kerang Khadeejah berikut ini merupakan hasil wawancara yang dilakukan dengan 3 orang pedagang yang menitipkan makanan dan minuman di sate kerang Khadeejah.

*“Saya mulai menitipkan makanan di sate kerang Khadeejah sejak 6 bulan yang lalu saya menitipkan 4 jenis minuman di sate kerang Khadeejah. Minuman yang saya jual harganya 12.000, 15.000 dan 18.000. Pihak Sate Kerang Khadeejah mengambil jasa titipan sebesar 2.000 sehingga harga jual yang dikembalikan kepada saya senilai 10.000, 13.000 dan 16.000.” (Wawancara dengan Ibu Fira, Penitip Dagangan di Sate Kerang Khadeejah)*

Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara dengan pedagang makanan yang menjual lauk pauk di sate kerang Khadeejah adapun hasil wawancara yang dilakukan sebagai berikut:

*“Saya menitipkan beberapa lauk pauk disini seperti ke mama kering ke mama basah Sayur-sayuran seperti capcay sop dan juga ayam, biasanya Sate Kerang Khadeejah dari awal penitipan sudah menjelaskan bahwa makanan yang dijual untuk harga di bawah 20.000 akan mendapatkan potongan 2.000 sedangkan harga diatas 20.000 seperti keumamah kering dan keumamah basah dikenakan potongan senilai 3.000.” (Wawancara dengan Ibu Cut Mutia, Penitip Dagangan di Sate Kerang Khadeejah).*

Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara dengan pedagang yang menjual aneka *dessert* berikut ini merupakan hasil wawancaranya:

*“Saya menitipkan dessert berupa sesert durian, brownies dan eclair. Adapun ketentuan di sate kerang Khadeejah ini biasanya dipotong 2.000 harga ini sangat murah dibandingkan di tempat lainnya yang biasanya akan dikenakan potongan senilai 5.000 sate kerang Khadeejah sangat membantu kami selaku pedagang untuk untuk menjual makanan kami. (Wawancara dengan Ibu Fira, Penitip Dagangan di Sate Kerang Khadeejah)*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha sate kerang Khadeejah dan juga tiga pedagang yang telah menitipkan dagangannya di sate kerang Khadeejah maka dapat diketahui bahwa pihak sate kerang Khadeejah menerapkan jasa titipan yang lebih murah dibandingkan tempat lain yang biasanya mengambil jasa titipan senilai 5.000 untuk produk yang dititipkan. Hal inilah yang menarik para pedagang untuk menitipkan makanan mereka di sate kerang Khadeejah, selain harga jasa titipan

yang murah pihak pemilik sate kerang Khadeejah juga selalu melakukan promosi terhadap barang dagangannya. Promosi yang dilakukan biasanya bersifat online dengan menggunakan jasa *Influencer* atau selebgram.

### **3. Ketentuan Pembayaran**

Ketentuan ketiga yang diterapkan pada jasa titipan sate kerang Khadeejah merupakan ketentuan pembayaran barang dagangan yang telah laku hasil wawancara menunjukkan bahwa pembayaran yang dilakukan oleh pihak sate kerang Khadeejah bersifat harian maupun mingguan berikut ini merupakan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti.

*“Pembayaran kami lakukan setiap hari untuk para pedagang lauk pauk akan tetapi untuk pedagang minuman dan dessert biasanya dilakukan secara mingguan ketentuan dalam pengambilan pembayaran yang pertama barangnya sudah habis yang kedua pengambilan uang dilakukan di sore hari dikarenakan di pagi hari pihak kami sangat disibukkan dengan kegiatan jual-beli sehingga tidak dapat melakukan perhitungan terhadap penjualan para pedagang.”*

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa ketentuan dalam pembayaran di sate kerang Khadeejah dilakukan secara harian dan mingguan akan tetapi proses pembayaran dilakukan di sore hari hal ini dikarenakan pihak sate kerang Khadeejah memiliki kegiatan yang padat di pagi hari karena di pagi hari para pelanggan datang untuk membeli makanan dan minuman yang ada di sate kerang Khadeejah dan hal ini telah disepakati oleh kedua belah

pihak baik pihak sate kerang Khadeejah selaku pemilik toko dan para pedagang selaku pihak yang menitipkan barang dagangannya sehingga proses penjualan dapat berjalan lancar.

#### **4. Manajemen Pengendalian Mutu**

Meskipun hanya jasa titip, namun Sate Kerang Khadijah juga memiliki manajemen pengendalian mutu. Pengendalian mutu yang ditawarkan pada Jasa Titip Online "Sate Kerang Khadijah" adalah mutu pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Mutu pelayanan pada Jasa Titip Online "Sate Kerang Khadijah" yang ditawarkan kepada pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Hal ini dikarenakan bisnis Jasa Titip Online "Sate Kerang Khadijah" bersifat online, dimana bisnis yang dilakukan bersinggungan dengan pelanggan atau calon pelanggan secara online.

Pengendalian mutu yang dilakukan adalah dengan memperhatikan setiap pelayanan pelanggan dalam kecepatan merespon pelanggan dan menerima respon dari pelanggan atau calon pelanggan. Selain itu pengendalian mutu yang dilakukan dengan kecepatan dan ketepatan dalam menanggapi respon positif maupun respon negatif dari pelanggan atau calon pelanggan. Pelayanan yang baik bertujuan untuk mendapatkan loyalitas dari para pelanggan dan memperbaiki kualitas pelayanan.

#### **4.6 Ketentuan Jasa Titipan terhadap Penjualan Makanan dan Minuman pada Pedagang Online Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syari'ah di Kota Banda Aceh**

Agama Islam merupakan suatu kepercayaan yang dianut oleh umat Muslim diseluruh dunia yang berdasarkan kepada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Jual beli dalam pandangan Islam merupakan suatu aktivitas yang saling menguntungkan baik kedua belah pihak yaitu antara pembeli dan penjual. Hal ini dikarenakan dalam pandangan Islam jual beli dianggap sebagai aktivitas saling tolong menolong antara umat manusia, dimana Islam memandang bahwa penjual bukanlah orang yang mencari keuntungan tetapi dipandang sebagai orang yang membantu saudaranya dalam memenuhi kebutuhan hidup. Begitupula dengan pembeli yang dianggap membantu penjual yaitu untuk memenuhi kebutuhan lain yang dia perlukan. Berdasarkan kepada hal ini maka aktivitas jual beli dianggap sebagai aktivitas yang mulia dan Islam memperkenankan jual beli ini terjadi.

Transaksi Jual beli memiliki syarat yang harus dipenuhi sehingga akadnya dianggap sah dan mengikat. Menurut para Jumhur ulama, rukun dan syarat yang terdapat dalam bay'al-murabahah merupakan rukun dan syarat yang sama dalam jual beli yaitu identik dengan rukun dan syarat yang harus ada dalam akad. Hanafiyah menjelaskan bahwa, rukun yang terdapat dalam jual beli hanya satu, yaitu sighthat (ijab dan qabul), dimana rukun atau persyaratan lain merupakan derivasi dari sighthat, tang mengandung

makna tidak akan ada apabila tidak terdapat dua pihak yang bertransaksi atau pihak penjual dan pembel seperti, penjual dan pembeli yang melakukan akad (sighat) tentunya ada sebab dimana terdapat objek yang ditransaksikan. Jual beli Bay' Al-Murabahah menekankan adanya pembelian yang komoditas berdasarkan permintaan konsumen, dan proses penjualan kepada konsumen dengan harga jual yang merupakan akumulasi dari biaya beli dan tambahan profit yang diinginkan. Berdasarkan hal tersebut maka jual beli bai 'al-murabahah merupakan transaksi jual beli yang melebihi harga dari harga semula yang mempresentasikan keuntungan bagi pihak penjual dan hal ini telah disepakati oleh pihak pembeli. Sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.

Sate kerang Khadeejah merupakan suatu transaksi jual beli yang dapat dikategorikan sebagai jual beli bay'al-murabahah. Hal ini dikarenakan terpenuhinya rukun dan syarat transaksi jual beli yang dilakukan pihak penjual dan pembeli yaitu terdapatnya penjual, pembeli, objek atau produk yang diperjual belikan, serta akad dan harga serta laba atau adanya *mark up* harga atau melebihi harga. Maka dapat diketahui bahwa pelaksanaan yang dilakukan oleh pihak sate kerang Khadeejah telah sesuai dengan perspektif ekonomi syari'ah di Kota Banda Aceh. Peneliti mendeskripsikannya sebagai berikut:

1. Pihak-pihak

Adanya pihak penjual, penitip barang dan juga pembeli. Sate kerang Khadeejah selain menjual produk makanan hasil

olahan sendiri, juga menjual produk lainnya yang merupakan titipan dari pedagang lainnya.

## 2. Objek

Adanya objek yang diperjualbelikan menjadi aspek kelengkapan dalam perspektif ekonomi Syari'ah. Usaha sate Kerang Khadeejah menjual produk-produk yang berwujud, yaitu makanan, minuman, cemilan dan lain-lain.

## 3. Kesepakatan

Pihak Sate Kerang Khadeejah dan juga pedagang yang menitipkan dagangannya memiliki akad dan perjanjian yang jelas dari awal memulai kerja sama. Ketentuan jasa titipan dilakukan kedua belah pihak agar tidak merugikan pihak manapun.

### **4.7 Cara Pelaksanaan Jual-Beli dengan Sistem Jasa titip pada Sate Kerang Khadeejah**

Mekanisme yang diterapkan pada akun jasa titip satekerang\_khadeejah memiliki sistem yang berbeda namun dengan tujuan yang sama yaitu sama-sama memberikan jasa untuk melayani konsumen yang telah mewakilkan mereka untuk membelanjakan produk yang telah disepakati. Dalam menjalankan bisnis dengan layanan sistem jasa titip tentu para pelaku jastip harus memperhatikan hal-hal yang dapat menyebabkan kerugian antara mereka dengan konsumen, Islam membolehkan jual beli tanpa adanya kerugian antara kedua belah pihak.

Satekerang\_khadejah merupakan usaha kuliner makanan yang pada awalnya membuka usahanya secara offline yaitu membuka sebuah kedai/toko yang menerima jasa titip secara langsung dari para penjual dengan menerima produk yang telah disepakati oleh penitip dan penerima titipan. Seiring perkembangan teknologi usaha satekerang\_khadejah mulai melakukan penjualan secara online dan menerima jasa titip secara online juga. Sistem yang terdapat pada jasa titip satekerang\_khadejah jalankan ialah dengan mekanisme mempublikasikan pada sosial media alasannya ialah karena semua kegiatan masyarakatn pada era sekarang tidak luput dari sosial media. Dari hasil wawancara penulis dengan informan perkembangan teknologi dapat memudahkan ia dalam menjalankan bisnis yang sudah ia kembangkan dari awal berdirinya usaha tersebut hingga saat ini selain itu, perkembangan teknologi khususnya internet dapat memberikan alternatif lain bagi informan untuk bersosialisasi dengan satekerang\_khadejah dapat bersosialisi dengan mudah melalui Instagram dengan nama akun satekerang\_khadejah

Mekanisme akad untuk melakukan transaksi yang hendak dititipkan adalah sebagai berikut:

1. Konsumen hendak menghubungi pemilik akun jastip satekerang\_khadejah melalui aplikasi WhatsApp dan Instagram yang telah tersedia memberi tahu yang akan dibeli.

2. Konsumen akan melakukan format order dengan menuliskan nama, alamat, barang yang dititipkan, dan no Hp agar dapat dihubungi.
3. Pemilik akun jastip memberi tahu detail produk yang diditipkan konsumen terkait dengan harga barang beserta dengan fee/upah sesuai dengan yang telah disepakati untuk setiap pembelian, tetapi untuk barang yang susah dicari maka penyedia layanan jastip harga dan upah disatukan, namun akan dijelaskan ketika konsumen telah benar-benar ingin barang tersebut.
4. Konsumen dapat mentasfer uang tersebut kepada pemilik rekening yang telah tertera.
5. Pemilik jastip satekerang\_khadejah menawarkan pengambilan barang dapat dilakukan dengan cara COD (cash on delivery) khusus untuk pembeli yang sering berbelanja di akun jastipnya.
6. Kemudian setelah transaksi nya sudah jelas dan sudah sepakat antara penyedia layanan jastip dengan konsumen maka proses pembelian barang yang dititipkan di belanja.
7. Apabila barang yang dititipkan habis maka satekerang\_khadejah memberitahu konsumen, kemudian mereka melakukan kesepakatan kembali dengan saling menguntungkan tidak ada yang dirugikan.

8. Setelah sepakat maka barang yang dititipkan tersebut di kirim. Pengiriman dapat dilakukan melalui Gojek, grab, dan lainnya.

#### **4.8 Jual Beli dengan Sistem Jasa Titip ditinjau Dalam Perspektif Akad Wakalah Bil Ujrah**

Islam memandang jual beli sebagai sarana tolong menolong antar sesama manusia. Pada muamalah terdapat makna kegiatan dalam bermuamalah adalah kegiatan yang mengatur tentang kegiatan manusia dalam segala hal yang berkaitan dengan penukaran harta, jual beli merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan dengan adanya satu orang atau lebih untuk melakukan transaksi. Bagi penjual, ia sedang memenuhi kebutuhan kepada pembeli sedangkan pembeli, ia sedang memenuhi kebutuhan akan sebuah keuntungan yang didapatkan oleh penjual, kegiatan jual beli merupakan kegiatan yang sangat mulia karena dapat membantu antar sesama. Pada praktik jual beli dengan sistem jasa titip di Banda Aceh terdapat jasa seseorang penyedia layanan jasa titip.

Jual beli yaitu tukar menukar harta dengan harta dalam bentuk berpindahnya hak kepemilikan. Adapun dalam jual beli harus memenuhi rukun yaitu, adanya penjual, pembeli, ijab dan qabul, benda atau barang yang dapat dijualbelikan asalkan barang yang diperjualbelikan bukan barang yang diharamkan oleh Islam seperti khamar, darah, dan sebagainya. Pada praktik jual beli yang terdapat di Banda Aceh khususnya pada akun sosial media yang telah penulis teliti yaitu Satekerang\_khadeejah sudah mencakup

rukun-rukun dalam jual beli. Dalam jual beli terdapat syarat-syarat jual beli yaitu orang yang berakad, shigaht, adanya barang yang dibeli, dan nilai tukar, telah ditetapkan pada layanan jual beli dengan sistem jasa titip di Banda Aceh yang sesuai dengan syariat Islam. Dalam fiqh muamalah dibolehkan jual beli dengan sistem jasa titip atau dapat disebut dengan akad wakalah bil ujah. Dalam penelitian yang penulis teliti ialah, jual beli dengan adanya upah pada setiap transaksi layanan jasa titip yang terdapat di Banda Aceh yaitu, para penitip yang mewakilkan kepada penyedia layanan jasa titip untuk melangsungkan kegiatan yang telah dititipkan oleh pembeli atau pengguna jasa titip untuk mencarikan produk yang dititipkan dengan memberikan imbalan atas jasa yang dikeluarkan dengan adanya kesepakatan antara kedua belah pihak.

Jual beli dengan sistem jasa titip dapat dilakukan dengan cara meminta kepada para penyedia layanan jasa titip untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu yang telah dititipkan dengan adanya biaya upah diakhir tarnsaksi. Akad wakalah yakni melipahkan atau menyerahkan semua urusan kepada orang lain yang mampu mnegerjakan untuk menggantikannya dalam mengerjakan segala urusan tersebut selama masih hidup. Mewakilkan suatu pekerjaan kepada penerima jasa (wakil) pihak wakil tidak dapat bertindak semena-mena tetapi ia mengerjakan suatu perintah untuk melakukan jual beli yang lebih berguna bagi pihak yang mewakilkan (muwakkil). Pada jasa titip, penyedia layanan jasa titip berperan sebagai *wakil* yaitu seorang yang

menerima kuasa dari pemberi kuasa dan pembeli atau konsumen berperan sebagai *muwakkil* yaitu seorang yang memberi kuasa kepada wakil. Dalam mekanisme jasa titip pembeli yang menggunakan jasa titip adalah sebagai perantara, ketentuan dan pelaksanaan akan terjadi setelah akad tersebut terlaksana dan mendapatkan upah dari pelanggan kepada penyedia layanan jasa titip sebagai jasa atas pelaksanaan tugas yang diperintahkan, mekanisme pelaksanaan jasa titip ini telah diatur dalam akad wakalah bil ujah.

Dalam ketentuan akad wakalah pada penerapan jual beli dengan sistem jasa titip terdapat terjadinya konsep wakalah bil ujah disebabkan karena adanya akad perwakilan dan upah pada transaksi yang dilaksanakan. Maka, pihak pembeli yang memberikan kuasa kepada penyedia layanan jasa titip untuk membelikan produk-produk yang akan dibeli oleh pelanggan tersebut dan pihak penyedia layanan jasa titip sebagai pihak yang menerima kuasa untuk melaksanakan pekerjaan yang telah menghendaknya untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut dengan adanya imbalah/upah yang ditetapkan oleh penyedia layanan jasa titip kepada pemberi kuasa yang telah diwakilkan ketentuan wakalah ini disebut dengan wakalah bil ujah.

Dalam penelitian ini maka, penulis mendapatkan informasi terkait jual beli dengan sistem jasa titip yang terdapat di Banda Aceh ketika pembeli (muwakkil) yang ingin menggunakan layanan jasa titip dari pelaku bisnis mereka menyatakan dengan jelas terkait

produk yang titipkan oleh konsumen, kejelasan yang terdapat pada jual beli dengan sistem jasa titip terkait dengan kriteria harga barang yang sesuai, jumlah barang yang dibutuhkan dan ketetapan waktu penerimaan karena dalam proses pelaksanaan jasa titip untuk pencarian barang membutuhkan waktu untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan permintaan para pembeli. Pada kesepakatan yang telah ditetapkan dalam proses transaksi dilakukan dalam bentuk lisan maupun tertulis karena pada sistem jual beli dengan menggunakan jasa titip dilakukan melalui media sosial. Hal ini sesuai dengan sighthat yang terdapat pada akad wakalah bil ujah karena tidak adanya unsur yang dapat merugikan para pihak dan makna dari jual beli harus sepakat terhadap harga dan barang yang akan ditransaksikan.

Pada jual beli dengan sistem jasa titip penulis telah meneliti terkait pelaku yang menjalankan bisnis jasa titip (wakil) yang merupakan perorangan yang dilakukan secara pribadi tidak terkait dengan perseroan dan sebagainya. Begitupula dengan pembeli atau pengguna layanan jasa titip (muwakkil) dari beberapa responden yang penulis wawancarai adalah perseorangan yang terdapat dari beberapa kalangan seperti mahasiswa, pelajar, pegawai dan ibu rumah tangga, berdasarkan hasil wawancara penyedia layanan jasa titip di Banda Aceh khususnya satekerang\_khadejah dilakukan oleh orang yang berakal atau dapat berfikir secara baik dan benar dalam melakukan pekerjaan untuk memenuhi kewajiban ia sebagai penjual dan sebagai pengguna layanan jasa titip atau pemberi kuasa

juga dilakukan oleh orang yang berakal tidak gila karena dalam rukun dan syarat akad wakalah bil ujah muwakkil dan wakil harus dikerjakan oleh orang yang berakal atau badan hukum yang berlaku.

Dari proses yang penulis lakukan, ketentuan upah yang telah ditentukan oleh penyedia layanan jasa titip tidak pernah mendapatkan konflik karena setiap adanya proses transaksi penyedia layanan jasa titip menjelaskan secara detail terkait upah yang terdapat pada bisnisnya agar tidak terjadi unsur penipuan. Dalam menentukan upah dari hasil penelitian penulis dengan informan upah di mulai dari harga sebesar Rp. 20.000,- Rp75.000., pada praktiknya harga sudah termasuk dengan upah pada hal seperti ini sering terjadi kesalahpahaman antara penyedia layanan jasa titip dan pengguna layanan jasa titip, namun telah dijelaskan secara detail terkait harga dan para pengguna layanan jasa titip tidak merasa dirugikan akibat harga yang sudah termasuk upah tersebut karena adanya upah/ongkos dalam jasa titip merupakan hal yang wajar.

Upah yang ditentukan tidak perlu harus bermusyawarah karena penurut penjual dari akun media sosial satekerang\_khadejah dari hasil wawancara setiap seseorang yang akan berbelanja dengan menggunakan jasa titip akan dikenakan biaya jasa karena bisnis jual beli dengan sistem jasa titip bergerak sebagai perwakilan atas setiap pekerjaan yang dilakukan maka mengambil upah sebagai imbalan atas pekerjaan yang telah dilakukan adalah hal yang

diperbolehkan. Wujud upah yang terdapat dari jual beli dengan sistem jasa titip seperti yang terdapat pada rukun dan syarat akad wakalah bil ujah maka ujah atau upah dapat berupa uang, jasa atau segala hal yang dapat dimanfaatkan. Namun, dari hasil penelitian upah yang terdapat pada jual beli dengan sistem jasa titip berupa bentuk uang yang diberikan ketika sudah terjadi kesepakatan terkait harga barang yang telah ditetapkan, dari upah yang diberikan harus jelas dari segi kualitas yang dapat dimanfaatkan. Meminta tolong untuk membelikan sesuatu kepada seseorang atau kepada penyedia layanan jasa titip adalah diperbolehkan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qura'an Surat Al- Kahfi ayat 19 sebagai berikut:

وَكَذَلِكَ بَعَثْنَاهُمْ لِيَتَسَاءَلُوا بَيْنَهُمْ قَالَ قَائِلٌ مِّنْهُمْ كَمْ لَبِئْتُمْ  
 قَالُوا لَبِئْنَا يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ قَالُوا رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا لَبِئْتُمْ  
 فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا  
 أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِّنْهُ وَلْيَتَلَطَّفْ وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ  
 أَحَدًا ﴿١٩﴾

*Artinya: “Dan demikianlah Dan demikianlah Kami bangunkan mereka agar mereka saling bertanya di antara mereka sendiri. Berkatalah salah seorang di antara mereka: “Sudah berapa lamakah kamu berada (di sini?)”. Mereka menjawab: “Kita berada (di sini) sehari atau setengah hari”. Berkata (yang lain lagi): “Tuhan kamu lebih mengetahui berapa lamanya kamu*

*berada (di sini). Maka suruhlah salah seorang di antara kamu pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia lihat manakah makanan yang lebih baik, maka hendaklah dia membawa makanan itu untukmu, dan hendaklah dia berlaku lemah lembut dan janganlah sekali-kali menceritakan hal-mu kepada seseorangpun.” (Q.S Al-Kahfi 19).*

Terdapat penjelasan tentang ayat di atas mengenai dibolehkannya meminta pertolongan atau menyuruh seseorang untuk mewakilkan membeli makanan. Peristiwa yang terjadi pada ayat tersebut sama seperti praktik yang terdapat jual beli dengan sistem jasa titip yang berlaku saat ini dan hukum mengambil upah atas transaksi layanan jasa titip sebagai imbalan jasa juga diperbolehkan dalam Islam selama praktik yang terlaksanakan tidak keluar dari cakupan syariat. Praktik jual beli dengan sistem jasa titip diperoleh dalam Islam karena barang yang diperjualbelikan tidak termasuk kedalam barangbarang yang diharamkan syariat, upah yang ditetapkan pada jasa titip telah disepakati dan tidak terdapat unsur bunga didalamnya, serta dengan adanya layanan jasa titip ini dapat membantu perkembangan ekonomi dengan menciptakan inovasi baru dalam perekonomian antara pihak penyedia layanan jasa titip dan pengguna layanan jasa titip.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan jual beli dengan sistem jasa titip sudah sesuai dengan aturan yang terdapat dalam akad wakalah bil ujah selama pelaku bisnis jasa titip melakukan pekerjaan belum pernah merugikan sebelah pihak dan jika

perwakilan (wakalah) bersifat terikat maka wakil dapat melakukan apa saja yang dipintahkan oleh muwakkil dan tidak boleh menyalahinya selama pemberi kuasa (muwakkil) tidak memerintahkan wakil untuk mewakilkan suatu pekerjaan yang diharamkan oleh syariat Islam. Hal yang terjadi dalam jual beli dengan sistem jasa titip atas persetujuan antara sesama pihak dan praktik yang terlaksanankan antar penyedia layanan jasa titip dengan pengguna jasa titip tidak memiliki kerugian melainkan saling menguntungkan dimana pihak penerima jasa mendapatkan keuntungan atas jasa yang ia keluarkan dan pengguna layanan jasa titip mempunyai kepuasan atas produk yang telah dibelanjakan. Dari hasil penelitian ini maka, jual beli dengan sistem jasa titip ditinjau dalam perpektif akad wakalah bil ujah yang terdapat di Banda Aceh khususnya pada akun media sosial satekerang\_khadeejah sudah sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan pada akad wakalah bil ujah.

#### **4.9 Analisis Tinjauan terhadap Ekonomi Syariah pada Akad Jasa Titip Jual Beli Online pada Sate Kerang Khadeejah di Banda Aceh.**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan melalui tempat Kuliner Sate Kerang Khadeejah di Banda Aceh, dapat dilakukan analisis terhadap tinjauan ekonomi syariah pada akad jasa titip jual beli online melalui *Instagram satekerang\_khadeejah* di Banda Aceh sebagai berikut.

Transaksi Jual beli merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dalam membeli dan menjual suatu objek. Pembeli guna memenuhi kebutuhan sehari-hari maka akan membeli benda/objek dengan membentangkan imbalan uang kepada pihak penjual dikarenakan telah menyediakan kebutuhan konsumen tersebut. Jual beli terjadi apabila terdapat suatu perjanjian tukar menukar benda (barang) antara penjual dan pembeli dimana barang tersebut mempunyai nilai atas dasar kerelaan (kesepakatan) antara dua belah pihak. Transaksi jual beli antara penjual dan pembeli sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan oleh syara'.

Syara' ialah bahwa dalam jual beli harus memenuhi rukun-rukun, persyaratan-persyaratan yang berkaitan dengan dengan jual beli. Apabila rukun dan syarat jual beli tidak terpenuhi atau tidak lengkap maka hal tersebut tidak sesuai dengan syara'. Apabila transaksi jual beli tidak memenuhi syara' maka transaksi tersebut tidak sesuai dengan ketentuan hukum syariah. Islam mendukung transaksi jual beli. Namun, Islam tidak menganjurkan adanya transaksi yang mengandung riba. Bahkan islam menekankan secara tegas bahwa riba dilarang dalam Islam, hal ini dikarenakan riba dapat merugikan salah satu pihak dalam pelaksanaan transaksi jual beli. Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Islam menjelaskan bahwa umat manusia dalam melakukan aktivitas ekonomi baik transaksi jual beli atau lainnya agar dapat menjaga hubungan antar sesama umat manusia. Islam menjaga hubungan

antar sesama umat manusia maka hendaknya melakukan transaksi yang terhindar dari riba yang dapat memutuskan hubungan saudara antar sesama umat manusia. Maka ada baiknya transaksi jual beli dilakukan sesuai dengan syara' Sebagaimana firman Allah Swt dalam Q.S. al-Baqarah ayat 188 yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ

لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.”

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap akad jasa titip online terhadap *instagram Sate Kerang Khadeejah* di Banda Aceh sebagai objek penelitian, mak peneliti menemukan beberapa fakta dalam pelaksanaan praktik jual beli tersebut. Adapun fakta-fakta transaksi jual beli yang dilakukan secara online melalui akun *Instagram satekerang\_khadeejah* di Banda Aceh adalah sebagai berikut:

1. Akad jasa titip

Menurut Malikiyah, Syafi'iyah dan Hambaliyah bahwa jual beli (*al-bai*) yaitu tukar menukar harta dengan harta pula dalam

bentuk pemindahan milik dan kepemilikan. Adapun transaksi murabahah merupakan pembelian yang dilakukan oleh seseorang yang kemudian akan dijual lagi oleh pihak pembeli tersebut kepada pihak atau orang yang telah meminta bantuan untuk menemukan produk yang di inginkan oleh pihak konsumen dengan kesepakatan adanya biaya tambahan yang akan timbul pada pihak yang menyediakan jasa titip atau pembeli kepada produsen baik yang dikenakan langsung pada benda atau biaya pengiriman. Kesepakatan harga dilakukan secara transparan dan dengan persetujuan kedua belah pihak. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam murabahah ditentukan berapa *required rate* profit-nya (keuntungan yang ingin diperoleh). Untuk jasa titip makanan Sate Kerang Khadeejah di Banda Aceh memasang tarif sebesar Rp 0, sampai dengan Rp 20.000, per produknya. Dari uraian ini jelas bahwa praktik jual beli dalam jasa titip online di akun *Instagram satekerang\_khadeejah* di Banda Aceh yaitu menggunakan akad *bai'al-murabahah* karena dalam praktiknya Sate Kerang Khadeejah memasang tarif/harga jasa titip dari per item barang secara transparan agar konsumen yang akan berbelanja dapat mengetahuinya di awal sebelum dimulainya transaksi.

## 2. Ma'qud'alaaih (barang yang diperjual belikan)

Barang yang dipergunakan sebagai alat tukar sebagai ganti dari barang lain yang diperoleh. Adapun barang yang diperjualbelikan harus memenuhi syarat yang dibolehkan oleh

penjual. Dari uraian ini jelas bahwa praktik jual beli dalam jasa titip online di akun *Instagram Sate Kerang Khadeejah* yaitu menggunakan akad *bay'al-murabahah* karena dalam praktiknya Sate Kerang Khadeejah memasang tarif/harga jasa titip dari per item barang secara transparan agar konsumen yang akan berbelanja dapat mengetahuinya di awal sebelum dimulainya transaksi.

### 3. Syarat-syarat jual beli *murabahah*

#### a. Mengetahui harga awal (modal)

Dalam proses transaksi diisyaratkan bahwa harga awal telah diketahui oleh pihak kedua. Hal ini dikarenakan bahwa dalam Islam harga merupakan syarat sah terjadinya jual beli. Syarat transaksi ini mencakup seluruh jenis-jenis *murabahah*. Sate Kerang Khadeejah memiliki prinsip kejujuran dan transparansi mengenai jumlah tawaran kepada konsumen.

#### b. Mengetahui keuntungan (yang diambil oleh penjual) dalam transaksi yang menggunakan jasa titip ini

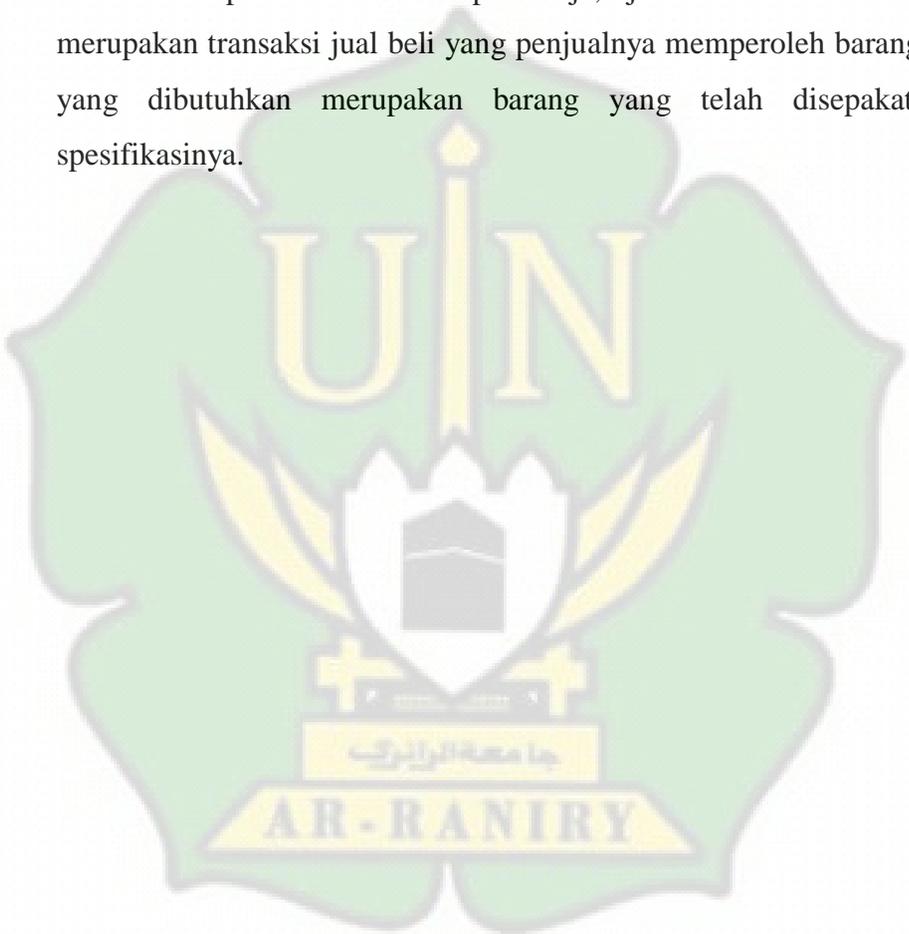
keuntungan yang diperoleh oleh penyedia jasa atau penjual haruslah jelas. Hal ini dikarenakan kesuntukan merupakan bagian dari harga yang berkenaan dengan syarat sahnya transaksi jual beli. Adapun pelayanan jasa titip makanan Sate Kerang Khadeejah memasang tarif atau keuntungan sebesar Rp 0,- sampai dengan Rp 15.000,- dan Rp 20.000,- per produk untuk barang-barang.

c. Islam menjelaskan bahwa barang yang menjadi modal termasuk kepada barang yang halal. Dimana barang yang diperjual belikan diperoleh melalui transaksi yang halal pula. Penjual dan pembeli baiknya saling keterbukaan yaitu saling menyampaikan maksudnya kepada pihak lain. Hal ini dikarenakan agar pihak lain dapat mengetahui transaksi muamalah atau transaksi jual beli lainnya.

Dalam aktivitas transaksi jual beli, ijab dan qabul bukan dipandang dari siapa yang dahulu menyampaikan. Adapun penjelasan dari ijab adalah ucapan yang pertama, hal ini merupakan pedoman untuk menguatkan kelaziman akad dan sebagai tiang akad. Sedangkan ucapan kedua adalah qabul karena hal ini dibangun berdasarkan ucapan pertama dan menunjukkan keridhaannya. Seperti ini hukumnya sah, karena mengikat kedua belah pihak yaitu antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai sistem transaksi yang dilakukan dalam aktivitas jual beli jasa titip pada akun instagram Sate Kerang Khadeejah yaitu pembeli menyatakan keinginan untuk melakukan transaksi atau membeli suatu barang atau produk dengan menggunakan pelayanan jasa titip online dari Sate Kerang Khadeejah, kemudian pada pihak penjual yaitu Sate Kerang Khadeejah menjelaskan kepada pembeli atau konsumen mengenai prosedur belanja di Sate kerang Khadeejah hingga terjadinya kesepakatan jual beli dan terjadinya ijab dan qabul.

Kemudian menentukan barang sebagai objek jual beli. Pihak Sate Kerang Khadijah memiliki toko dan produk makanan dan minuman sendiri dan titipan dari pihak lainnya, sehingga untuk pengambilan foto-foto dapat dilakukan kapan saja, jual beli *murabahah* merupakan transaksi jual beli yang penjualnya memperoleh barang yang dibutuhkan merupakan barang yang telah disepakati spesifikasinya.



## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan terkait dengan praktik akad jasa titip jual beli online melalui *Instagram satekerang\_khadeejah* di Banda Aceh, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Islam menjelaskan bahwa pada dasarnya jual beli online merupakan prinsip jualah/wadiah, namun pada jasa titip *satekerang\_khadeejah* itu berbeda, dimana pada praktiknya *sate kerang\_khadeejah* memasang tarif/harga jasa titip per produknya bervariasi, berkisaran sekitar Rp 0 sampai dengan Rp 20.000,- untuk makanan. harga pada produk telah dicantumkan secara transparan. Hal ini dilakukan agar para pembeli yang berbelanja mengetahui harganya dari awal sebelum terjadinya transaksi jual beli.
2. Praktik jual beli memiliki rukun jual beli, pada dasarnya aktivitas jasa titip pada *Sate Kerang Khadeejah* ini telah memenuhi rukun jual beli *Bay'al-Murabahah* dan dapat di golongan dalam akad *Bay'al-Murabahah* berdasar pesanan yang dilakukan oleh pembeli. Aktivitas akad jual beli online yang dilakukan melalui akun media sosial *Instagram satekerang\_khadeejah* di Banda Aceh. Para pembeli mengetahui keuntungan yang diperoleh oleh penjual karena adanya kesepakatan antara pembeli dan penyedia jasa titip

online tersebut, sehingga aktivitas jual beli ini sah dan diperbolehkan berdasarkan hukum syariah, hal ini dikarenakan tidak adanya unsur gharar.

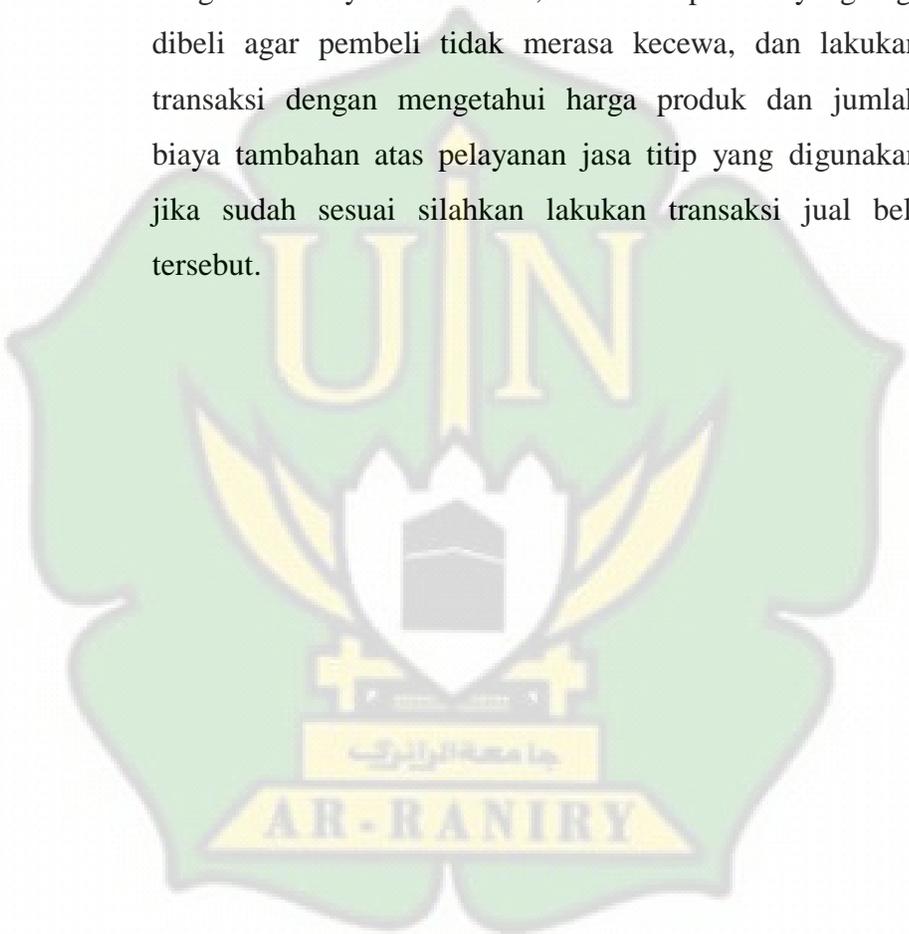
3. Setiap transaksi jual beli dalam islam haruslah memiliki akad jual beli, pada Sate Kerang Khadeejah yaitu pembeli menyatakan keinginan untuk melakukan transaksi atau membeli suatu barang atau produk dengan menggunakan pelayanan jasa titip online dari Sate Kerang Khadeejah, kemudian pada pihak penjual yaitu Sate Kerang Khadeejah menjelaskan kepada pembeli atau konsumen mengenai prosedur belanja di Sate kerang Khadeejah hingga terjadinya kesepakatan jual beli dan terjadinya ijab dan qabul.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran dalam penelitian ini adalah:

1. Kepada penjual, agar memberikan penjelasan yang transparansi kepada pihak pembeli mengenai prosedur penggunaan jasa titip onlain, terutama dalam harga barang dan keuntungan atau jasa yang harus dibayarkan oleh pembeli secara detail dan per produk. Hal ini dilakukan untuk menghindari kerugian diantara kedua belah pihak.
2. Kepada pembeli, ketika melakukan pembelian barang secara online dan menggunakan jasa titip sebaiknya agar

menggunakan unsur kehati-hatian dan gunakan layanan penyedia jasa titip yang sudah dapat dipercaya guna menghindari risiko penipuan. Jadilah pembeli cerdas dengan menanyakan kualitas, kuantitas produk yang ingi dibeli agar pembeli tidak merasa kecewa, dan lakukan transaksi dengan mengetahui harga produk dan jumlah biaya tambahan atas pelayanan jasa titip yang digunakan jika sudah sesuai silahkan lakukan transaksi jual beli tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, 2018. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada
- Diputra, 2018. "Pelaksanaan Perancangan Kontrak Dalam Pembuatan Struktur Kontrak Bisnis", *Jurnal Acta Comitatus*, Vol. 3 No.3 Desember 2018, Hal 552. URL : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/ActaComitatus/article/view/48881>
- Indah, 2018. "Hukum Jasa Titip Dalam Islam", diakses dari [http://www.Hukum/jastip\\_jasatitip/dalamIslam%20%20FotoDakwah.html](http://www.Hukum/jastip_jasatitip/dalamIslam%20%20FotoDakwah.html), pada tanggal 20 Maret 2018
- Irwansyah dan Muslichah, 2019. *Instagram dan fenomena Jastip Indonesia*. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication* Vol. 9 No. 2 August 2019-January 2020
- Kotler, Philip. (2012)**. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali.
- Kusnadi, 2008. *Teori Akuntansi*. (Universitas Brawijaya Malang. Kieso, Weygandt, Warfield, Akuntansi Intermediate, diterjemahkan oleh. Emil Salim
- Kensil & Cristine, 2008. *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika.
- LaQuey, 2007. *Sahabat Internet: Pedoman bagi Pemula untuk Memasuki Jaringan Global*, edisi 2, ITB : Bandung
- Lupiyoadi, 2016. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta

- Mahesti dan Laksana, 2015. Perlindungan Hukum terhadap Pengguna Jasa Titipan Online. *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 7, N. 10
- Mannan. (2014). Peranan Hukum Dalam Pembangunan Ekonomi. Jakarta:Kencana Prenada Media Grup
- Mulyadi, 2005. *Akuntansi Biaya Edisi 5*, Yogyakarta: Aditya Media
- Pakpahan**, Manuntun. 2016. Manajemen Pemasaran. Medan: CV. Rural. Development Service.
- Parlina, 2018. Jasa Titip Online Berdasarkan Ajaran Islam”, diakses dari [http://www.Jastip/Jasa titip online berdasarkan ajaran syariah%20%20 Sebuah Perjalanan.html](http://www.Jastip/Jasa%20titip%20online%20berdasarkan%20ajaran%20syariah%20Sebuah%20Perjalanan.html), pada tanggal 20 maret 2018.
- Rasjid, 2016. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinarbaru Algensindo. Cet. 41
- Rangkuti,2017. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan. Pelanggan*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai & Buchari, 2009. *Islamic Economics*. Jakarta: Bumi Aksara
- Rifa’I dan Susanti 2020. Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online. *urnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* Vol. 8, No.1, 2020. Hal 61-72. ISSN 2548-6152 (online)
- Sabiq, 2012. *Fiqh Sunnah, Jilid 3, Penerjemah-Sulaiman Al-Faifi*, Beirut: Dar al-Fikr
- Swastha, 2012. *Menejemen Penjualan Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset

Suyanto & Sutinah, 2008. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, Jakarta: Kencana.

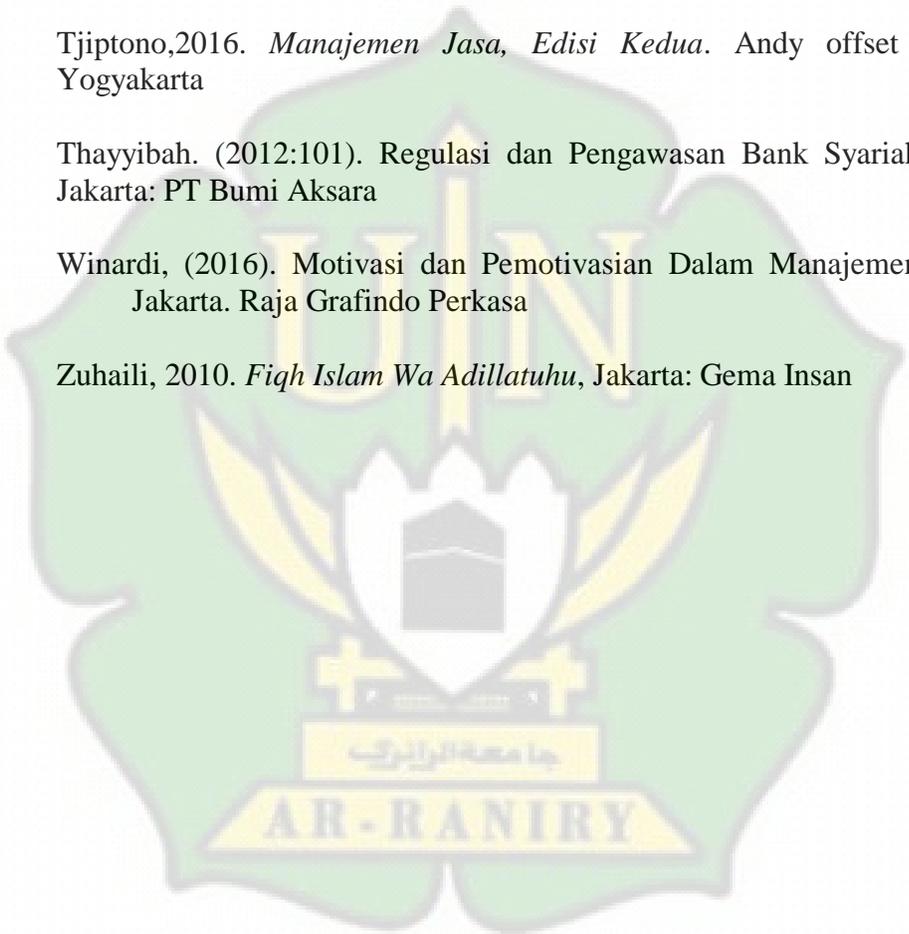
Teguh, 2005. *Metode Penelitian Ekonomi*, (Teori dan Aplikasi), Jakarta: Raja Grafindo Persada

Tjiptono, 2016. *Manajemen Jasa, Edisi Kedua*. Andy offset : Yogyakarta

Thayyibah. (2012:101). *Regulasi dan Pengawasan Bank Syariah*, Jakarta: PT Bumi Aksara

Winardi, (2016). *Motivasi dan Pemotivasian Dalam Manajemen*. Jakarta. Raja Grafindo Perkasa

Zuhaili, 2010. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jakarta: Gema Insan



## LAMPIRAN

### PEDOMAN WAWANCARA

1. Sudah berapa lama usaha makanan ini berjalan?
2. Apakah menu-menu andalan di toko ini?
3. Berapa orangkah yang menitipkan makanan di toko ini?
4. Apasajakah syarat yang harus dipenuhi para penitip sebelum menitipkan barang di tempat ini?
5. Apakah ada kesepakatan antara anda dan penjual berkaitan dengan harga makanan yang dijual?
6. Bagaimanakah penyelesaian yang dilakukan jika terjadi kekeliruan dalam perhitungan harga?
7. Bagaimanakah ketentuan dalam pengambilan uang setelah barang yang dititipkan terjual?
8. Bagaimanakah ketentuan jika barang yang dititipkan tidak terjual?
9. Apakah kendala yang anda hadapi dalam menjual makanan titipan dari pedagang lain?
10. Bagaimanakah respon anda jika pelanggan komplain terhadap makanan titipan yang dijual?

## DOKUMENTASI



Sate Kerang Khadeejah



Peneliti Melakukan Wawancara dengan Owner Sate Kerang Khadeejah



Peneliti Melakukan Wawancara dengan Owner Lauk



Peneliti Melakukan Wawancara dengan Owner Dessert