

**PELAKSANAAN BISNIS *ONLINE* DI KOTA MALANG
DALAM PERSPEKTIF MASLAHAH
(Studi di Toko Serba Oleh Oleh Malang)**

SKRIPSI

Oleh:

**Jiwati Arum
NIM. 12220136**



**JURUSAN HUKUM BISNIS SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2016**

PELAKSANAAN BISNIS ONLINE DI KOTA MALANG
DALAM PERSPEKTIF MASLAHAH
(Studi di Toko Serba Oleh Oleh Malang)

SKRIPSI

Oleh:

Jiwati Arum

NIM 12220136



JURUSAN HUKUM BISNIS SYARIAH

FAKULTAS SYARI'AH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2016

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, Penulis menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

**PELAKSANAAN BISNIS *ONLINE* DI KOTA MALANG
DALAM PERSPEKTIF MASLAHAH
(Studi di Toko Serba Oleh Oleh Malang)**

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindah data milik orang lain. Jika dikemudian hari terbukti disusun orang lain, ada penjiplakan, duplikasi, atau memindah data orang lain, baik secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang saya peroleh karenanya, batal demi hukum.

Malang, 27 Juli 2016

Penulis,



Jiwati Arum
NIM 12220136

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi penelitian skripsi saudara Jiwati Arum NIM:
12220136, mahasiswa Jurusan Hukum Bisnis Syari'ah Fakultas Syari'ah
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

PELAKSANAAN BISNIS *ONLINE* DI KOTA MALANG
DALAM PERSPEKTIF MASLAHAH MURSALAH
(Studi di Toko Serba Oleh Oleh Malang)

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah dianggap memenuhi
syarat-syarat ilmiah untuk disetujui dan diajukan pada Majelis Dewan penguji.

Mengetahui

Ketua Jurusan

Hukum Bisnis Syari'ah

Malang, 06 Juni 2016

Dosen Pembimbing



Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H., M.Ag.
NIP 19691024 199503 1 003



Dr. Fakhruddin., M.H.I.
NIP 19740819 200003 1 002

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

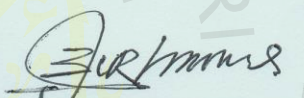
Dewan Penguji Skripsi saudara Jiwati Arum, NIM 12220136, mahasiswa Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**PELAKSANAAN BISNIS *ONLINE* DI KOTA MALANG
DALAM PERSPEKTIF MASLAHAH
(Studi di Toko Serba Oleh Oleh Malang)**

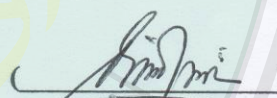
Telah dinyatakan lulus dengan nilai A (Memuaskan)

Dengan Penguji:

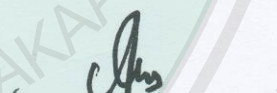
1. Burhanuddin Susanto, S.H.I., M.H
NIP 19780130 200912 1 002


Ketua

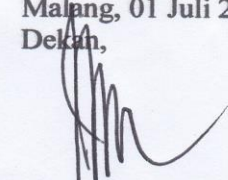
2. Dr. Fakhruddin, M.H.I
NIP 19740819 200003 1 002


Sekretaris

3. Dr. H. Abbas Arfan, Lc., M.H
NIP 19721212 200604 1 004


Penguji Utama

Malang, 01 Juli 2016
Dekan,


Dr. H. Roibin, M.H.I
NIP 19681218 199903 1 002

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabb al'-Alamin, la Hawl wala Quwwat illa bi Allah al- 'Aliyya al- 'Adhim, dengan hanya rahmat-Mu serta hidayah-Nya penulisan skripsi yang berjudul ***“Pelaksanaan Bisnis Online di kota Malang dalam Perspektif Masalah (Studi di Toko Serba Oleh-Oleh Malang)”*** dapat diselesaikan dengan curahan hati dan kasih sayang-Nya, kedamaian dan ketenangan jiwa. Shalawat serta salam saya haturkan kepada Baginda kita yakni Nabi Muhammad SAW yang telah mengajarkan kita dari alam kegelapan menuju alam yang terang menderang di dalam kehidupan ini. Semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafa'at dari beliau di hari akhir kelak. Amien...

Dengan segala daya dan upaya serta bantuan bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dari berbagai pihak dalam proses penyelesaian kuliah S1 saya beserta penulisan skripsi saya ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tiada batas kepada :

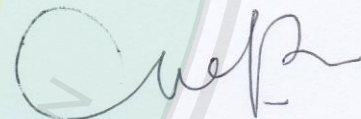
1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Roibin, M.Hi. selaku dekan Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H., M.Ag. selaku ketua Jurusan Hukum Bisnis Syari'ah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. Fakhruddin, M.Hi, selaku dosen pembimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi. *Syukr katsir*. Peneliti haturkan atas waktu dan kesempatan yang telah beliau berikan dalam bimbingan yang berupa arahan, serta motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak Alamul Huda, MA. Selaku dosen wali peneliti selama menempuh kuliah S1 ini di Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Tak henti-hentinya setiap semester saya diberi motivasi agar hasil nilai saya terus meningkat dalam setiap tahunnya dan tentunya semoga bapak selalu di berikan kesehatan Amin.

6. Segenap Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah menyampaikan pengajaran, mendidik, membimbing, serta mengamalkan ilmunya dengan ikhlas kepada saya. Semoga Allah SWT memberikan pahala-Nya yang sepadan kepada beliau semua. Semoga ilmu yang kami dapatkan bermanfaat duniawi maupun akhirat.
7. Staf Serta Karyawan Fakultas Syari'ah universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, peneliti ucapkan terimakasih atas partisipasi yang terkhusus dalam menyelesaikan bagian administrasi beserta informasi-informasi yang dibutuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada mas Welly Setyawan selaku *Project Leader* Toko Serba Oleh Oleh Malang yang telah berkenan menjadi subjek penelitian saya. Terimakasih atas kesediaan waktu dan tempatnya.
9. Kepada teman-teman, sahabat-sahabatku yang tidak mungkin saya tuliskan satu persatu karena terlalu banyak kebahagiaan yang saya dapatkan dari mereka pelipur lara saat saya saat senang, sedih, *partner in crime* semuanya. Mereka yang membuat saya menjadi manusia yang ingin belajar menjadi lebih baik lagi setiap detiknya. Mereka yang menemani saya dalam menempuh S1 ini. Teman kontrakan 512A dan 5A , teman Hukum Bisnis Syari'ah 2012, teman berbisnis, teman ku di pondok yang sampai saat ini tetap menyambung sillaturahmi, teman-teman kocak, teman-teman semua yang tentunya berhati mulia. Semoga kita bisa sukses bersama, sehat selalu dan tentunya segera menemukan jodoh dunia akhiratnya. Amin. Dan juga manusia yang selalu diam-diam mendo'akan saya terimakasih dul buat *supportnya* yang tiada henti untuk saya (Te Amo).
10. Dan orang-orang yang selalu mendoakan saya dimanapun saya berada. Dan memberikan ilmunya di setiap saat.

Semoga apa yang telah saya peroleh selama kuliah di Fakultas Syari'ah Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang ini, bisa bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya bagi saya pribadi. Disini peneliti hanya sebagai manusia biasa yang tak luput dari berbagai kesalahan, menyadari bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharap kritik dan saran yang mendukung dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga semua orang yang hidup bersamaku mendapatkan kebahagiaan selalu.

Malang, 30 Mei 2016

Penulis,



Jiwati arum

NIM 12220136

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi adalah pemindah alihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionanya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dala *footnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

B. Konsonan

ا=tidak dilambangkan ض=dl

ب=b ط=th

ت=t ظ=dh

ث=tsا=‘(koma menghadap keatas)

ج=j غ=gh

ح= h ف=f

خ=kh ق=q

د=d ك=k

ذ=d ز=l

ر=r م=m

ز=z ن=n

س=s و=w

ش=sy ه=h

ص=sh ي=y

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka

dilambangkan dengan tanda koma di atas (’), berbalik dengan koma (‘) untuk pengganti lambing "ع".

C. Vocal, panjang dan diftong

Setiap penulisan Bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan "a", *kasrah* dengan "i", *dlommah* dengan "u", sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang =â misalnya قال menjadiqâla

Vokal (i) panjang =î misalnya قيل menjadiqîla

Vokal (u) panjang =û misalnya دون menjadidûna

Khususnya untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan "i", melainkan tetap ditulis dengan "iy" agar dapat menggambarkan ya' nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya' setelah *fathah* ditulis dengan "aw" dan "ay". Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw)=و misalnya قول menjadiqawlun

Diftong (ay)=ي misalnya خير menjadikhayrun

D. Ta'marbûthah (ة)

Ta'marbûthah (ة) ditransliterasikan dengan "t" jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila ta'marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya الرسالة للمدرسة menjadi *al-risalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlafilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan t yang disambungkan dengan kalimat berikut, misalnya في رحمة الله menjadi *fi rahmatillâh*.

E. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalâlah

Kata sandang berupa “al” (ال) dalam lafadh jalalâh yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan
3. *Masyâ' Allah kânâ wa mâlam yasyâ lam yakun*
4. *Billâh 'azza wa jalla*

F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambungkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh: أمرت – syai'un شيء – umirtu
تأخذون – ta'khudzûna أن – an-nau'و

G. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh: وان الله لهو خير الرازقين – wa innallâha lahuwa khair ar-râziqîn.

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan

huruf capital tetap harus awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: وما محمد إلا رسول: wa maâ Muhammadun illâ Rasûl

إن أول بيت وضع للناس inna Awwala baitin wudli'a linnâsi

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: نصر من الله وفتح قريب nasrun minallâhi wa fathun qarîb

لله الأمر جميعا lillâhi al-amru jamî'an

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
DAFTAR ISI.....	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xv
MOTTO	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
ملخص البحث	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Operasional	7
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kerangka Teori	14
1. Pengertian Bisnis <i>Online</i>	14

2. Mekanisme Bisnis <i>Online</i>	19
3. Ruang Lingkup Bisnis <i>Online</i>	22
4. Keamanan Bisnis <i>Online</i>	26
5. Pengertian Masalah	27
6. Syarat-Syarat Masalah	28
7. Macam-Macam Masalah.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Pendekatan Penelitian	36
C. Lokasi Penelitian.....	37
D. Sumber Data.....	37
E. Metode Pengumpulan Data	38
F. Metode Pengolahan Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Obyek yang Diteliti	43
1. Struktur Organisasi di Toko Serba Oleh Oleh Malang	44
B. Pelaksanaan Bisnis <i>Online</i> di Toko Serba Oleh Oleh Malang.....	47
C. Perspektif Masalah Mursalah Terhadap Pelaksanaan Bisnis <i>Online</i> di Toko Serba Oleh Oleh Malang	57
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA	66
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT atas segala nikmat yang telah diberikan kepada saya, dan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu memberikan rahmatNya kepada umatNya. Hamba bersyukur telah mngenal agamaMu ya Allah.

Karya pelipur lara ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya mama Siti Romiyeh dan Bapak Sarimun yang selalu mendo'akan saya di dalam situasi apapun, selalu mendukung saya dalam setiap tindak tanduk saya, selalu memberikan kasih sayang yang berlimpah walaupun kami selalu berjauhan.

Kepada bibi Iyas Astutik dan embah slamet yang selalu memperhatikan saya yang saya anggap orang tua kedua saya, yang selalu menyayangi saya semoga kalian sehat selalu dan di lindungi Allah SWT.

Kepada budhe-budhe saya dan paktde-paktde saya yang selalu mendoakan saya.

Terkhusus untuk adikku tersayang yang mempunyai nama legenda “SRI AYUMI” pelipur laraku dalam setiap sedihku, semoga kau kelak jadi adik yang sholehah dan berguna tentunya membanggakan juga ya dek. Amin.

Tanpa kalian “aku mah apa atuh” semoga selalu di beri kesehatan dan keselamatan selalu. Kepada keluarga besarku Bani Kasirin semoga selalu di lindungi dalam setiap tindak tanduknya, banyak rezeki dan tentunya bahagia selalu.

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا (البقرة: 286)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

THE POWER OF POSITIVE THINKING



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Struktur Organisasi Toko Serba Oleh Oleh Malang.....	44
Gambar 1.2	Sistem Bisnis <i>Online</i> di Toko Serba Oleh Oleh Malang	48



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Penelitian-Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan	13
-----------	---	----



ABSTRAK

Arum, Jiwati. 2016. *Pelaksanaan Bisnis Online di kota Malang dalam Perspektif Masalahah (Studi di toko Serba Oleh Oleh Malang)* . Skripsi, Jurusan Hukum Bisnis Syari'ah, Fakultas Syari'ah, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing : Dr. Fakhruddin, M.H.I

Kata Kunci : Mekanisme bisnis *Online*, kota Malang, Masalahah

Internet merupakan sebuah jasa atau media untuk bertransaksi *online* di kalangan masyarakat dalam berbagai hal pada saat ini, khususnya kebutuhan ekonomi. Seperti halnya di kota Malang, kebutuhan tersebut dikarenakan adanya perkembangan teknologi, ekonomi serta kebutuhan informasi yang semakin cepat. Hal ini mengakibatkan bisnis *online* bermunculan. Seiring dengan perkembangan ekonomi melalui bisnis *online* di Malang, tentunya terdapat berbagai macam permasalahan. Dengan ini, diperlukan pengetahuan tentang pelaksanaan bisnis *online* yang dikaji dalam perspektif masalahah. Agar kegiatan muamalah tersebut bisa saling memberi manfaat antara penjual dan pembeli, peneliti melakukan studi di Toko Serba Oleh Oleh Malang.

Dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah sebagai berikut: 1) Bagaimana pelaksanaan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh di kota Malang?, 2) Bagaimana perspektif masalahah terhadap pelaksanaan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh kota Malang?.

Penelitian ini tergolong ke dalam jenis penelitian empiris. Dengan menggunakan pendekatan 1) pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dimana dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif, 2) menggunakan pendekatan kasus (*case approach*) dimana dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah hasil wawancara dari pemegang server Toko Serba Oleh Oleh Malang dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwasanya 1. Pelaksanaan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang sebagai berikut : a). memasukkan informasi oleh penjual maupun dari pihak *website*. b). Pembeli mencari informasi dan melakukan pemesanan. c). Pihak *website* meninformasikan ada atau tidaknya barang yang dipesan. d). Pihak *website* menginformasikan barang-barang yang dipesan. e). Pembeli melakukan pembayaran. f). Penjual melakukan *packging* dan pengiriman. g). pembeli menginfokan barang sudah diterima. h). Pihak *website* memberikan uang ke penjual setelah mendapatkan informasi penerimaan barang. 2. Pelaksanaan Bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang diperbolehkan menurut perspektif masalahah dan masuk ke dalam masalahah al-Tahsiniah karena: a). Mempermudah pihak penjual dan pembeli melakukan transaksi bisnis *online*. b). Keamanan *payment* terjamin karena adanya pihak yang bertanggung jawab yaitu pihak *website* tersebut dengan aturan mekanisme yang dimiliki Toko Serba Oleh Oleh Malang itu sendiri. c). adanya pihak ketiga (*website*) yang mengontrol dan bertanggung jawab berjalannya transaksi bisnis *online* tersebut. d). Pelaksanaan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang merupakan suatu terobosan baru bisnis *online* yang memberi kemanfaatan bersama.

ABSTRACT

Arum, Jiwati. 2016. *The Implementation of Online Business in Malang from the Maslahah Perspective* (a Study in “*Toko Serba Oleh Oleh Malang*”). Thesis, Department of Syariah Business Law, Faculty of Sharia, Islamic University (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, Advisor: Dr. Fakhruddin., M.H.I

Keywords : Online business mechanism, Malang, Maslahah

In this era, internet is a service or media to transact online in society for all aspects, especially financial needs. For example, in Malang city, the needs were caused by the development of technology, economy and information needs which were faster than before. This condition made online businesses appeared. Moreover, the development of economy through online business in Malang made various problems. Therefore, the knowledge of the implementation online business which was studied in maslahah perspective was necessary. The researcher conducted a study in “*Toko Serba Oleh Oleh Malang*” to make Muamalah activity give advantages between sellers and buyers.

The research questions of the study were : 1). How did the implementation of online business in “*Toko Serba Oleh Oleh Malang*”? 2) How did the Maslahah perspective to the implementation of online in “*Toko Serba Oleh Oleh Malang*”?.

This study was grouped as empirical research. And the approach used were of 1). conceptual approach in which the data analysis used was qualitative data analysis, 2) case approach in which the data collection used was interview’s result of the server of “*Toko Serba Oleh Oleh Malang*”, and documentation.

There were the results of the study, 1. the implementation of online business in “*Toko Serba Oleh Oleh Malang*” were as follows a). The seller or the website owner entered information. b). The buyers are looking for information and booking. c). The website owner informs whether or not the ordered item. d). The website owner informs the ordered item. e). The buyers do payment for the item. f). The seller does packaging and delivery. g). The buyer informs that the item has been received. h). The website gives money to the seller after getting the information that the item has been received by the buyer. 2. The implementation of Online Business in “*Toko Serba Oleh Oleh Malang*” was allowed by Maslahah perspective, and listed in Maslahah al-Tahsiniyah because a) it eased the buyers and sellers to transact online business. b). The safety of payment is guaranteed because there was website owner who was responsible with mechanism rules of “*Toko Serba Oleh Oleh Malang*” c). There was a third party (the website owner) who controlled and was responsible for the online business transactions, d). it was such a new innovation in online business which gave mutual benefits.

ملخص البحث

أروم, جيواني. 2016. تنفيذ التجارة التكنولوجية في مدينة مالانج عند المصلحة (دراسة في الدكان Serba Oleh Oleh مالانج). الرسالة العلمية, قسم المعاملات الشرعية, كلية الشريعة, الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج, تحت الإشراف: الدكتور فخر الدين الماجستير.

الكلمات الرئيسية: كيفية التجارة التكنولوجية, مدينة مالانج, المصلحة

كان الانترنت من واسطة العملية التجارية التكنولوجية للمجتمع في هذا العصريّ الآن, ولا بدّ في مدار الاقتصاد. كما يقع في مالانج, تلك الحاجة بتقدّم التكنولوجي وتقدّم الاقتصاد والحاجة للاستعلامات حتّى تسبّب نشأة التجارة التكنولوجية. بتزايد التجارة التكنولوجية في مالانج فوجد المسائل الجديدة عنها. لذلك يحتاج المجتمع إلى الاستعلامات عن تنفيذ التجارة التكنولوجية من ناحية المصلحة لكي تكون تلك التجارة تنافع البائع والمشتري. الباحث يقوم الدّراسة في الدكان Serba Oleh Oleh مالانج.

وفي هذه الدراسة هناك الخطوط العريضة لهذه المشكلة على النحو التالي: 1). كيفية تخزين تنفيذ الأعمال التجارية على الإنترنت في الإدارة من قبل في مدينة مالانج؟ 2). كيف منظور ماسلاهة ضد تنفيذ الأعمال التجارية على الإنترنت في إدارة مخازن "من مالانج"؟..

يستخدم هذا البحث بحثا واقعيًا بمقارنتين, 1). مقارنة فكرية باستخدام تحليل البيانات الكمّيات, 2). مقارنة واقعية بجمع البيانات بالمقابلة من حانويّ الدكان Serba Oleh Oleh مالانج والتوثيق.

وحاصل هذا البحث أنّ تنفيذ 1). التجارة التكنولوجية في الدكان Serba Oleh Oleh مالانج كما تلى ا). أدخل البائع او نائبه الاستعلامات في الانترنت, ب). يطلب المشتري الاستعلامات وأداء السلم, ج). يُعلم قائم شبكة الانترنت بموجودة السلعة المسلم فيها وعدمها, د). يُعلم قائم شبكة الانترنت السلعة المسلم فيها, ه). المشتري يدفع قيمة السلعة, ف). البائع يحزم السلعة وارسالها, ز). المشتري يعلم البائع بأن السلعة مستلمة, ح). 2). قائم شبكة الانترنت يعطي المال إلى البائع بعد قبض الاستعلامات عن استلام السلعة. التجارة التكنولوجية في الدكان Serba Oleh Oleh مالانج تجوز عند المصلحة التاهسينية بسبب ا). سهولة البائع والمشتري تنفيذ التجارة التكنولوجية, ب). أمن الدّفع لأنّ فيها المسؤول عنه وهو قائم شبكة الانترنت بترتيبات الكيفيات للدكان Serba Oleh Oleh مالانج, ج). وجود القبل الثالث يعني شبكة الانترنت الذي يشارف و يجاوب تنفيذ تلك التجارة التكنولوجية. د). تنفيذ الأعمال التجارية عبر الإنترنت في متاجر الفقراء هي شركات إنترنت جديدة رائدة التي تعطي فائدة معا.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Malang merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Jawa Timur di negara Indonesia. Kota ini memiliki penduduk yang beragam 700 ribu penduduk yang 70 persennya yaitu pendatang.¹ Dengan perkembangan yang semakin pesat Malang menjadi salah satu kota pendidikan yang ada di negara Indonesia karena banyak perguruan tinggi yang berdiri di kota ini.

Malang dengan berbagai potensinya telah menjadikan kota ini sebagai kota yang cukup dinamis, serta penduduk yang kian bertambah membuat Malang semakin padat dari tahun ke tahun. Dengan itu tidak luput dari berbagai aspek yang

¹ Punyaku.web.id (diunduh 11 februari 2016)

berkembang khususnya yaitu pertumbuhan ekonomi dan teknologi yang semakin pesat dikarenakan kebutuhan serta lingkungan yang mendukungnya.

Pada saat ini siapa yang tidak kenal dengan dunia maya yang sekarang disebut sebagai dunia *online*, dimana semua orang bisa berinteraksi dan berhubungan satu sama lain tanpa harus bertemu serta waktu dan tempat yang tentunya bersifat mempermudah, cukup menggunakan jasa internet untuk melakukan semua yang diinginkan. Dengan beberapa pengaruh yang terjadi yang di akibatkan perkembangan penggunaan internet timbulah kegiatan bisnis *online* yang dimana perkembangan dari bisnis *offline* tentunya. Dengan ini suatu bisnis dapat lebih mudah dalam mengakses tentunya menghemat biaya pemasaran serta waktu dan tempat yang efisien.

Banyak toko di kota Malang yang dalam pelaksanaan bisnisnya menggunakan sistem *online* salah satunya yaitu toko Serba Oleh Oleh Malang. Yang tepatnya berada di Ruko Griya Shanta Jalan Soekarno Hatta NR 24-25 Malang. Situs jual beli *online* ini khusus produk oleh oleh dan barang khas Nusantara. Serba Oleh Oleh adalah situs *social commers* pertama dan satu-satunya toko *online* khusus makanan dan barang khas daerah dari seluruh Nusantara dengan beberapa keamanan dan prosedur yang terjamin.²

Bisnis *online* sedini ini sudah semakin mengambil hati para pelanggannya karena kemudahan dalam pengaksesannya. Akan tetapi bisnis *online* sebenarnya tidak diperbolehkan menurut imam madzhab karena mereka sepakat bahwa jual beli

² Hotfrog.co.id (di unduh 22 Maret 2016)

barang yang tidak ada atau ada kemungkinan tidak ada itu tidak sah.³ Akan tetapi dengan adanya syarat masalah mursalah yang diantaranya bisa diamalkan dalam kondisi yang memerlukan, yang seandainya masalahnya tidak diselesaikan dengan cara ini, maka umat akan berada dalam kesempitan hidup, dengan arti harus di tempuh untuk menghindarkan umat dari kesulitan.⁴ Karena bisnis *online* sudah menjadi kebutuhan yang melibatkan gaya hidup manusia di zaman sekarang dimana gaya hidup dipengaruhi oleh beberapa faktor perkembangan teknologi dan kebiasaan masyarakat sendiri, mereka merasa efektif dan lebih terjangkau dibandingkan jual beli *offline* sehingga ketidakbolehan dalam jual beli barang yang tidak ada atau kemungkinan tidak ada diperbolehkan.

Akan tetapi bisnis *online* saat ini dari berbagai daerah khususnya kota Malang juga menemukan beberapa masalah di antaranya pengaduan tentang wanprestasi dari pihak penjual karena terdapat penipuan seperti halnya barang yang tidak sesuai dengan akad perjanjiannya, waktu dikirimnya barang tidak sesuai waktu perjanjian serta barang yang tidak dikirim walau sudah mengirim uang pembeliannya dan juga isu-isu bisnis *online* seperti dibawah ini:⁵

1. Sistem pembayaran yang belum terintegrasi *online*. Hal ini menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap bisnis berbasis elektronik ini membuat publik lebih memilih transaksi tunai, tentunya dengan situasi yang demikian mendatangkan sebuah tantangan serius yang harus segera diatasi bersama keterlibatan pemerintahan dengan kebijakan dan regulasinya serta wujud usaha,

³ Wahbah, Az-Zuhaili, *Fiqh Islam 5 (terjemahan)*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 93

⁴ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, (Jakarta : Kencana, 2008) h. 360

⁵ Maxmanroe.com (di unduh 30 Juni 2016)

strategi dan langkah mengedukasi pasar oleh para pelakunya, maka dengan perlahan permasalahan ini bisa diatasi.

2. Logistik atau pengiriman barang yang masih belum efektif, isu ini cukup sentral mendapat perhatian karena banyaknya kasus dimana public yang merasa enggan berbelanja secara *online* karena masalah pengiriman barang ini. Beberapa hal seperti keterlambatan pengiriman, barang yang salah alamat dan lainnya, ini tentu menjadi cambukan bagi industry *e-commerce* yang ada.
3. Regulasi dan kebijakan yang masih simpang siur berupa pajak dan regulasi dari pemerintah yang jelas mengenai bisnis *online*.

Berbagai macam masalah dan isu-isu seperti diatas sangat mengambil perhatian khusus peneliti tentunya, serta terdapat salah satu contoh kasus tentang bisnis *online* di dalam berita koran sepanjang tahun 2015 seorang yang bernama Tania (25 tahun) telah di rugikan dengan penipuan *online* yang dimana mengambil materiilnya sebanyak 100 juta perbulannya ⁶, ini merupakan salah satu contoh kasus yang mengambil perhatian khusus peneliti dalam kasus bisnis *online*

Tak banyak para konsumen bisnis *online* yang berani mengadu kepada pihak yang berwajib karena mereka merasa terlalu sulit dalam mengurusinya akan tetapi dengan tindakan seperti ini membuat masalah bisnis *online* semakin marak karena tidak ada efek jera kepada pejual bisnis *online* kecuali mereka yang merasa dirugikan secara besar-besaran baik materiil ataupun non materiil (tenaga, waktu dan tempat) mereka langsung mengusut masalah ini. Dengan tidak adanya payung

⁶ Radar Malang (edisi 29 Januari 2016).

hukum yang jelas tentang aturan bisnis *online* saat ini menjadikan kekosongan hukum yang menyebabkan para pembisnis *online* bertindak seenaknya.

Berbagai aspek di atas Malang sebagai daerah yang dimana diperkirakan kemajuan bisnis nya berkembang pesat tentunya diperlukan pengetahuan yang baik bagaimana pelaksanaannya agar dapat masalah untuk semua pihak dan peneliti mengambil studi di toko Serba Oleh Oleh Malang. Tentunya jika mengambil kemanfaatan bersama maka selain keuntungan duniawi dibalik itu juga akan terlaksana saling keridhaan dan itu merupakan salah satu kunci bermualah yang bisa membuat bisnis menjadi lebih bisa bertahan lama dalam pengoperasiannya. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S an-Nisa' (4): 29 :

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

“ Hai orang orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kalian”.

Yang dimaksud suka sama suka yaitu saling ridha diantara penjual dan pembeli serta carilah keuntungan dengan cara yang diakui oleh syari'at. Dengan adanya ayat ini kegiatan berbisnis diperlukan adanya saling ridha agar terjadi saling kemanfaat bersama. Akan tetapi dengan perkembangan zaman yang semakin kompleks tentunya permasalahan semakin rumit karena adanya berbagai pengaruh perkembangan khususnya zaman dan teknologi serta kebiasaan masyarakat.

Namun ketika bisnis *online* sudah menjadi halal atau diperbolehkan, jika timbul masalah seperti di atas apakah masalah tetap membolehkan transaksi bisnis *online* atau mengembalikan hukumnya seperti sedia kala. Maka dengan melakukan

studi di Toko Serba Oleh Oleh ini peneliti dapat mengetahui bagaimana praktek pelaksanaan bisnis *online* di kota Malang dan bagaimana masalah memandangnya.

B. Rumusan Masalah

Dari adanya latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa pokok masalah yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh kota Malang?
2. Bagaimana perspektif masalah terhadap pelaksanaan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh kota Malang.
2. Untuk mengetahui perspektif masalah terhadap pelaksanaan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh kota Malang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengetahuan ilmiah dalam perkembangan keilmuan khususnya dalam kajian perekonomian islam khususnya pemahaman tentang jual beli secara *online* dari sudut pandang masalah.

2. Secara praktis

Dapat memenuhi persyaratan jenjang strata 1 (S1) dengan aplikasi keilmuan yang didapatkan di perkuliahan dan sebagai analisa pelaksanaan bisnis *online* dengan melakukan studi di Toko Serba Oleh Oleh Malang dari sisi pandangan masalah bagi masyarakat dari berbagai daerah khususnya di kota Malang. Dan semoga menjadi acuan wawasan bagi masyarakat luas dalam melaksanakan bisnis tidak hanya keuntungan yang di cari tapi masalah dan mereka merasa manfaat dari berbagai pihak penjual maupun pembeli.

E. Definisi Operasional

1. Bisnis *online* atau *e-commerce* diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dengan pertukaran atau penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik.⁷
2. Masalah menurut al-Buthi adalah sesuatu yang bermanfaat yang dimaksudkan oleh al-Syari' (Allah dan Rasul-Nya) untuk kepentingan hamba-Nya, baik dalam

⁷ Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, (Jakarta:Penerbit Nusa Media,2008) h.407

menjaga agama, jiwa, akal, keturunan dan harta mereka, sesuai dengan urutan tertentu yang terdapat di dalam kategori pemeliharaan tersebut .⁸

3. Toko Serba Oleh Oleh Malang yang di maksud adalah perealisasi sebuah toko secara *online* atau dalam pengertian lain adalah wadah untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Secara bahasa toko *online* adalah toko dalam internet. Jadi dalam istilah tersebut tidak ada bangunan toko asli seperti di dunia nyata dan tidak ada tatap muka antara penjual dan pembeli. Dalam toko *online* hanya ada sebuah *website* yang berisi informasi barang yang di jual beserta keterangannya dan informasi cara membelinya .⁹ berikut sama halnya dengan Toko Serba Oleh Oleh Malang, Toko yang di maksud yaitu *website* yang dimiliki oleh Toko Serba Oleh Oleh Malang yaitu serbaoleholeh.com.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini disusun sebuah sistematika pembahasan penulisan agar dengan mudah diperoleh gambaran yang jelas dan menyeluruh, maka secara global dapat ditulis sebagai berikut:

BAB I merupakan bab pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

BAB II merupakan bab tinjauan pustaka yang berisi tentang penelitian terdahulu dan kerangka teori yang diantaranya pengertian bisnis *online*, mekanisme

⁸ Abbas Arfan, “*Maslahah dan Batasan-Batasannya Menurut Al-Buthi (analisis kitab dlawabith al-Maslahah fi al-Syari’ah al-Islamiyyah)*”, Jurnal de jure Syari’ah dan Hukum Volume 5 Nomor 1, (Juni 2013) h. 87.

⁹ Probisnis.net (di unduh 30 Juni 2016)

bisnis *online*, ruang lingkup bisnis *online*, keamanan bisnis *online*, dan teori tentang masalah diantaranya pengertian masalah , macam-macam masalah, syarat dapat berjihad menggunakan masalah..

BAB III merupakan bab metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian , jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data, metode pengolahan data dan uji keabsahan data.

BAB IV merupakan inti dari penelitian karena pada bab ini akan menganalisis data-data baik melalui data primer maupun data sekunder untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Penulisan judul ditulis dengan “Hasil Penelitian dan Pembahasan” dan judul sub bab-nya disesuaikan dengan tema-tema yang dibahas dalam penelitian yang didalamnya membahas *pertama*, deskripsi lokasi penelitian. *Kedua*, pelaksanaan bisnis *online* di Toko Serba Oleh-Oleh Malang kota Malang. *Ketiga*, perspektif masalah terhadap pelaksanaan bisnis *online* di toko serba oleh oleh Malang.

BAB V ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan dalam bab ini bukan merupakan ringkasan dari penelitian yang dilakukan, melainkan jawaban singkat atas rumusan masalah yang telah ditetapkan. Saran adalah usulan atau anjuran kepada pihak-pihak terkait atau memiliki kewenangan lebih terhadap tema yang diteliti demi kebaikan masyarakat atau penelitian di masa-masa mendatang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Agar dapat melengkapi wacana yang berkaitan dengan penelitian, maka diperlukan beberapa penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang dilakukan berkenaan dengan bisnis *online* yang memiliki tema hampir sama dengan yang diangkat oleh peneliti saat ini dan yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, diantaranya adalah:

1. M. Nur Rianto Al Arif, 2013, Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, melakukan penelitian berbasis jurnal dengan judul “ ***Penjualan Online berbasis Media Sosial dalam Presefektif Ekonomi Islam***” dalam jurnal ini menjelaskan seiring perkembangan teknologi yang sudah semakin modern, telah lahirnya

berbagai teknologi baru seperti telepon pintar (*smart-phone*) tablet dan berbagai gadget lainnya. Pada berbagai teknologi baru tersebut, konsumen dapat membeli berbagai teknologi tersebut baik secara gratis maupun membayar. Seiring perkembangan teknologi dalam melakukan transaksi yang semakin berkembang ini, ternyata turut pula menimbulkan berbagai permasalahan yang diantaranya yang dikaji dalam jurnal ini yaitu (a) kualitas barang yang dijual, hal ini dikarenakan pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Pembeli hanya melihat tampilan gambar dari barang yang akan di jual, (b) potensi penipuan yang sangat tinggi, dimana transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu. Salah satu hal yang membedakan bisnis *online* dengan bisnis *offline* yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi bersifat fisik dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu. Dengan melihat pada berbagai permasalahan diatas maka tulisan ini mengkaji bagaimanakah presefektif ekonomi Islam dalam melihat perkembangan transaksi jual beli dengan menggunakan media *online*. Serta apa saja yang harus dilakukan untuk meminimalisir berbagai permasalahan di atas. Dan pendekatan

penelitian jurnal ini adalah dengan melakukan penelitian kepustakaan (*library research*).

2. Apriyanti, 2014, mahasiswi syari'ah dan hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, melakukan penelitian berbasis skripsi dengan judul ***“Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce di tinjau dari hukum perikatan “*** dan hasil penelitiannya adalah (a) keabsahan sebuah kontrak elektronik yang di dasari oleh asas konsensualisme yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPdata menyebutkan bahwa “Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah dan menjadi absah dalam sebuah kontrak, (b) perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang timbul dari adanya hak dan kewajiban dari kedua belah pihak, (c) beberapa jalur persengketaan yang dapat ditempuh diantaranya melalui jalur pengadilan, apabila di luar pengadilan itu berupa bahan ganti rugi yang diderita konsumen.
3. Wahyu Anggoro Susesno, 2008, mahasiswa fakultas hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta, melakukan penelitian berbasis skripsi dengan judul ***“ kontrak perdagangan melalui internet (electronic commerce) ditinjau dari hukum perjanjian”*** hasil penelitiannya adalah (a) kontrak dalam perdagangan melalui internet belum diatur dalam Buku III KUHPdata, (b) perkembangan *e-commerce* tidak dapat dilepaskan dengan adanya faktor pendorong dan penghambat, (c) pelaksanaan dalam pelaksanaan *e-commerce* sebenarnya dapat diatasi dengan menggunakan bantuan teknologi yang diantaranya kriptografi dan *digital signature* yang berguna untuk keaslian data dan kerahasiaan data.

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian-Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	M. Nur Rianto Al Arif (2013)	“ Penjualan <i>Online</i> berbasis Media Sosial dalam Presefektif Ekonomi Islam”	Sama-sama membahas tentang cangkup pautnya dengan bisnis <i>online</i> atau Penjualan <i>online</i> dengan kaitannya hukum Islam.	Perbedaan pada sudut pandang. Penelitian terdahulu mengambil secara umum dari perspektif ekonomi islam sedangkan penelitian ini fokus pada sudut pandang masalah mursalah dan studi di kota Malang
2	Apriyanti (2014)	“Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e- <i>commerce</i> di tinjau dari hukum perikatan “	Sama-sama meneliti tentang cangkup pautnya dengan pelaksanaan bisnis <i>online</i>	Penelitian terdahulu terfokus pada perlindungan hukum pelaksanaan bisnis <i>online</i> dengan perspektif hukum perikatan sedangkan penelitian ini fokus

				pada pelaksanaannya dengan sudut pandang masalah mursalah, jadi perbedaan yang mencolok yaitu dari sudut pandang yang diambil
3	Wahyu Anggoro Susesno (2008)	“kontrak perdagangan melalui internet (electronic commerce) ditinjau dari hukum perjanjian”	Sama-sama meneliti sangkut pautnya dengan bisnis <i>online</i> (persamaan tema)	Penelitian terdahulu menjelaskan bagian dari pelaksanaan bisnis dengan fokus pada kontraknya saja dalam persepektif hukum perjanjian sedangkan penelitian ini pelaksanaan bisnis <i>online</i> tersebut dalam perspektif masalah mursalah.

B. Kerangka Teori

1. Pengertian Bisnis *Online*

Menurut Salim H.S., S.H., M.S. Perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian yang di buat antara pihak penjual dan pihak pembeli.¹⁰ Di dalam perjanjian itu pihak penjual berkewajiban untuk menyerahkan objek jual beli kepada pembeli dan berhak menerima harga dan pembeli berkewajiban untuk membayar harga dan berhak menerima objek tersebut. Unsur yang terkandung dalam definisi tersebut adalah:

- a. Adanya subjek hukum, yaitu penjual dan pembeli.
- b. Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang barang dan harga.
- c. Adanya hak dan kewajiban yang timbul antara pihak penjual dan pembeli.

Unsur pokok dalam perjanjian jual beli adalah barang dan harga, dimana antara penjual dan pembeli harus ada kata sepakat tentang harga dan benda yang menjadi objek jual beli. Suatu perjanjian jual beli yang sah lahir apabila kedua belah pihak telah setuju tentang harga dan barang. Sifat konsensual dari perjanjian jual beli tersebut ditegaskan dalam pasal 1458 yang berbunyi “ Jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai kata sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang ini belum diserahkan maupun harganya belum dibayar “. ¹¹ Berikut ini syarat-syarat sah nya transaksi ¹² :

1. Syarat sah umum adalah syarat-syarat yang harus ada di setiap jenis jual beli agar transaksi itu di anggap sah secara syar'i yaitu dengan terhindar dari enam cacat diantaranya :

¹⁰ Salim H.S., *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, (Jakarta : Sinar Grafika), 2003, h.49

¹¹ R.Subekti, *Aneka Perjanjian*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1995), h. 2.

¹² Wahbah, Az-Zuhaili, *Fiqh Islam 5*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 55-57

- a. Ketidakjelasan adapun yang di maksud dengan cacat ini adalah adanya ketidakjelasan yang berlebihan dalam transaksi atau menimbulkan konflik yang sulit untuk di selesaikan, yaitu sengketa yang di sebabkan argumentasi kedua belah pihak yang sama-sama kuat karena adanya faktor ketidakjelasan yang di antaranya adanya ketidakjelasan bagi pembeli yang menyangkut barang dagangan dari segi jenis, macam, jumlahnya, harga tidak boleh sama dengan barang harus ada manfaat juga untuk penjual yaitu berupa keuntungan, batasan waktu harus jelas kapan di tangguhkannya (boleh memilih antara meneruskan atau membatalkan transaksi dengan syarat), dan ketidakjelasan mengenai barang jaminan untuk pembayaran yang di tunda.
- b. Pemaksaan artinya seseorang di paksa untuk melakukan sesuatu, pemaksaan ada dua macam yaitu pemaksaan penuh yang artinya orang yang di paksa merasa dirinya terpaksa melakukan sesuatu yang di paksa kan yang dimana dia di ancam dan di bunuh dan di pukul yang bisa membuat badanya menjadi cacat. Yang kedua yaitu pemaksaan tidak penuh yaitu hanya di ancam akan di penjara, turun jabatan dll.
- c. Adanya pembatasan waktu yaitu pembatasan waktu berlakunya jual beli.
- d. Adanya unsur kebohongan atau spekulasi maksudnya adalah ketidakjelasan mengenai sifat barang.
- e. Adanya kerusakan, di maksudkan *dharar* (kerugian) antara penjual maupun pembeli.
- f. Adanya syarat yang dapat membatalkan transaksi, yaitu syarat-syarat yang bertujuan untuk memenuhi kepentingan salah satu pihak pelaku transaksi ,

dan tidak ada ketentuan nya dalam syariat dan adat ('urf), serta tidak menyalahi ataupun sesuai isi transaksi.

2. Syarat-syarat khusus adalah syarat yang menyangkut sebagian jenis jual beli saja seperti :

- a. Menyangkut jual beli barang yang dapat berpindah syarat yaitu barang itu telah di miliki oleh penjual pertama. Sedangkan jika barang itu berupa properti (perumahan) maka menurut Abu Hanifah dan Abu Yusuf boleh di jual sebelum ada di tangan.
- b. Mengetahui harga awal jika jual beli itu berupa sistem bagi-hasil tau pemberian wewenang atau juga penitipan serta koperasi.
- c. Menyangkut jual beli mata uang harus di terimanya uang yang di tukar sebelum berpisah.
- d. Menyangkut jual beli *salam*, terpenuhinya syarat-syarat sah jual beli *salam*.
- e. Menyakut jual beli barang-barang riba di isyaratkan adanya persamaan jumlah antara kedua mata uang dan keharusan menghindari kemungkinan terjadinya riba.
- f. Menyangkut jual beli barang yang yang berbentuk piutang, barang yang berbentuk piutang dan belum diterima atau belum ada di tangan , tidak boleh di jual ke orang lain, namun di isyratkan harus ada di tangan, tidak boleh di jual ke orang lain. Namun piutangdi isyratkan harus ada di tangan terlebih dahulu baru menjualnya keorang lain.

Jual beli dikatakan sah apabila sudah memenuhi rukun dan syarat dalam jual beli. Dalam hal ini rukun jual beli meliputi 'aqd (ijab dan qabul), 'aqid atau orang-

orang yang berakad (pejual dan pembeli), ma'qud 'alaih (objek akad). Rukun yang pertama adalah 'Aqd (ijab dan qabul), 'aqd merupakan ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab dan qabul dilakukan sebab ijab qabul menunjukkan kerelaan (keridhaan). Rukun yang kedua adalah 'aqid atau orang yang melakukan 'aqd, yaitu penjual dan pembeli. Dalam hal ini penjual dan pembeli harus orang yang memiliki ahliyah (kecakapan), dan wilayah (kekuasaan).¹³ Rukun jual beli yang ketiga adalah benda-benda atau barang yang diperjualbelikan (ma'qud 'alaih), meliputi barang yang dijual (mabi') dan harga/uang (tsaman).¹⁴

Dalam hal ini barang yang diperjual belikan harus memenuhi beberapa syarat yakni, (1) barang yang dijual harus ada (mawjud), (2) barang yang dijual harus bernilai,¹⁵ (3) milik sendiri, maksudnya yaitu tidak sah menjual barang yang bukan miliknya, dalam artian barang tersebut sudah dikuasai orang lain, sehingga harus mendapat izin dari pemiliknya atau tidak sah menjual barang hasil curian, (4) dapat diketahui, (5) tidak barang yang dilarang shara', (6) suci, (7) bermanfaat, (8) berupa harta,¹⁶ (9) terhindar dari unsur-unsur yang membatalkan akad (misalnya tidak ada unsur larangan dari pihak lain baik tertulis maupun tidak tertulis),¹⁷ (10) dan yang terakhir adalah barang yang dijual harus bisa diserahkan pada saat dilakukannya akad jual beli.

¹³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta : Amzah, 2010) h. 186.

¹⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2002) h. 71.

¹⁵ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001) h. 81.

¹⁶ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001) h. 81

¹⁷ Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah*, (Mesir: Dar al-Fath, 2009) h. 91.

Jual beli menurut Ibnu Qudamah dalam kita *al-Mugni*, mendefinisikan jual beli dengan tukar menukar barang yang bertujuan memberikan kepemilikannya dan menerima hak milik.¹⁸ Dengan pengaruh perkembangan teknologi dan dari berbagai faktor jual beli sudah menggunakan berbagai media dalam transaksinya yang diantaranya jual beli *online* atau bisnis *online*.

Bisnis *online* dalam istilah ekonomi lebih dikenal dengan istilah *e-commerce*, ini merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *world wide web* internet.¹⁹ *E-Commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontrak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet.²⁰

Beberapa kalangan akademis sepakat mendefinisikan *e-commerce* sebagai salah satu cara memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran barang, jasa, informasi, dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan peralatan digital.²¹ Dari definisi di atas terdapat kesimpulan bahwa *e-commerce* memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut :

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak.
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi.
3. Internet atau peralatan digital merupakan media utama dalam proses atau mekanisme perdagangan atau proses transaksi tersebut.

¹⁸ Wahbah, Az-Zuhaili, *Fiqh Islam 5 (terjemahan)*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 25

¹⁹ Laudon, Kenneth C, dkk, *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 12

²⁰ Riyeke Ustadiyanti, *Framework E-Commerce*, (Yogyakarta :ANDI,2002) h.11

²¹ Eko Indrajit , *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta:PT.Elex Media Komputindo,2001) h.1-2

2. Mekanisme Bisnis *Online*

Dalam bisnis, keberadaan jual beli *online* berfungsi sebagai media transaksi bagi penjual dan pembeli yang melakukan perdagangan. Sebagai media transaksi, jual beli *online* memberikan berbagai fasilitas kemudahan yang dapat dirasakan para pengguna (*users*) setelah melalui beberapa tahapan²², yaitu:

a. *Information Sharing*, merupakan proses awal dalam transaksi jual beli *online*.

Pada tahap ini, calon pembeli biasanya melakukan *browsing* di internet untuk mendapatkan informasi tentang produk tertentu yang akan dibeli. Informasi tentang produk tertentu dapat diperoleh langsung baik melalui *website* pedagang atau perusahaan yang memproduksi barang tersebut. Terkait informasi, ada dua hal utama yang bisa dilakukan *users* di dunia maya. Pertama ialah melihat berbagai produk barang atau jasa yang diiklankan oleh perusahaan melalui *website*-nya. Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan.

b. *Online Orders*, merupakan tahap pemesanan dari calon pembeli yang tertarik dengan produk (barang atau jasa) yang ditawarkan. Karena itu untuk memenuhi kebutuhan tersebut, perusahaan perlu memiliki pusat data (*corporate database*) yang menyediakan informasi memadai baik terkait dengan berbagai produk yang ditawarkan, maupun tata cara pembeliannya. Untuk pemesanan melalui *website*, para pedagang (*merchant*) biasanya menyediakan katalog yang berisi daftar barang (*product table*) yang akan di pasarkan.

²² Eko Indrajit , *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*,(Jakarta:PT.Elex Media Komputindo,2001) h.16

- c. *Online Transaction*, yaitu suatu proses perdagangan yang dilakukan secara *online*. Untuk melakukan transaksi *online*, banyak cara yang dapat dilakukan. Pada tahap ini, biasanya dimulai dengan proses tawar menawar melalui dunia maya (*cybersspace bargain*) antara para pihak yang terlibat transaksi jual beli *online*. Dalam jual beli *online*, bukti adanya kesepakatan dapat diwujudkan dalam bentuk data elektronik (*record*) yang ditandatangani oleh masing-masing pihak secara digital (*digital signature*) sebagai bukti keabsahan dan kesediaan untuk menjalankan hak dan kewajiban.
- d. *E-payment*, merupakan suatu sistem pembayaran yang dilakukan secara elektronik. Biasanya agar dapat memberikan jasa pembayaran secara *online* (*online payment*), lembaga keuangan sebagai perusahaan penerbit (*issuer*) sebelumnya perlu menjalin kerjasama dengan perusahaan penyedia jaringan (*provider*). Dalam jual beli *online e-payment* dapat diwujudkan kedalam berbagai bentuk misalnya :
- 1) *Credit card* dapat diartikan sebagai metode pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu transaksi bisnis dengan menggunakan kartu yang diterbitkan oleh perusahaan/lembaga keuangan yang menyediakan jasa pembayaran.
 - 2) *E-check* yaitu sistem pembayaran *online* dengan menggunakan cek yang ditulis secara elektronik, misalnya melalui e-mail atau faximile. *E-check* biasanya memuat semua informasi yang dibuat berdasarkan apa yang tertera pada cek sungguhnya, namun perbedaanya tanda tangan dan sertifikat pada cek ini dibuat secara digital (*digital signature/digital certificate*). Perusahaan seperti NetCheck berusaha mempelopori penggunaan cek elektronik,

sehingga dapat dimanfaatkan untuk transaksi secara individu. Untuk dapat melakukan pembayaran dengan *e-check*, pertama *customers* perlu membuka *account* bank di internet. Dengan demikian, penerima *e-check* ini dapat mengkonfirmasi kepada bank adanya transaksi yang dilakukan secara valid, sebelum bank mentransfer uang dari rekening pengirim ke penerima *e-check* sesuai dengan nilai yang tercantum.

- 3) *Digital cash*, merupakan sistem pembayaran yang menggunakan uang digital. Melalui sistem *digital cash*, uang dapat dipresentasikan ke dalam bentuk digit sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan.

Sebagaimana pada kontrak perjanjian biasa, jual beli *online* perlu dilengkapi dengan sertifikat atau dokumen transaksi tandatangan digital (*digital signature*) yang dibuat dan dikirim secara elektronik.. Sebagai bukti adanya transaksi, keberadaan dokumen jual beli *online* dapat di *print out*. Untuk memastikan keotentikannya, para pihak dapat menambahkan

3. Ruang Lingkup Bisnis Online

Permintaan atau penawarannya melalui perangkat lunak yang ada dalam melakukan kegiatan usaha di *cyberworld* tersebut menjadi daya tarik tersendiri para pelaku bisnis yang memiliki kecenderungan memerlukan informasi yang cepat, dan tidak memakan waktu yang lama. Segmentasi atau ruang lingkup *e-commerce* itu meliputi tiga sisi yaitu :²³

- a. Bisnis ke bisnis (business to business)

²³ Panggih P, Dwi Atmojo, *Internet Untuk Bisnis*, (Yogyakarta:Dirkomnet.Training,2002) h.6

Bisnis ke bisnis merupakan sistem komunikasi bisnis antara pelaku bisnis atau dengan kata lain transaksi secara elektronik antar perusahaan (dalam hal ini pelaku bisnis) yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar. Aktivitas *e-commerce* dalam ruang lingkup ini ditunjukan untuk menunjang kegiatan para pelaku bisnis itu sendiri.²⁴

Pembisnis yang mengadakan perjanjian tentu saja adalah para pihak yang bergerak dalam bidang bisnis yang dalam hal ini mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian untuk melakukan usaha dengan pihak pembisnis lainnya. Pihak-pihak yang mengadakan perjanjian dalam hal ini adalah *internet service provider* (ISP) dengan *website* atau *keybase* (ruang elektronik), ISP itu sendiri adalah pengusaha yang menawarkan akses kepada internet. Sedangkan internet merupakan suatu jalan bagi computer-komputer untuk mengadakan komunikasi bukan merupakan tempat akan tetapi merupakan jalan untuk dilalui.²⁵

Karakteristik yang umum akan segmentasi bisnis ke bisnis antara lain:

1. *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi masih berlangsung di antara mereka dan arena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan.

²⁴ Abdul Hakim Baratullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Study System Keamanan dan Hukum Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005) h.18

²⁵ Onno W purba dan aang arid wahyudi, *Mengenal e-commerce*, (Jakarta :PT.Elex Media Komputindo, 2001) h.57

2. Pertukaran yang dilakukan secara berulang-ulang dan berkala format data yang telah disepakati, jadi *service* yang digunakan antara kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama pula.
3. Salah satu pelaku tidak harus menunggu *partner* mereka lainnya untuk mengirim data.
4. Model umum digunakan adalah *peer to peer* dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

b. Bisnis ke konsumen (*business to consumers*)

Bisnis ke konsumen dalam *e-commerce* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan apada saat tertentu. Transaksi bisnis ini produk yang di perjualbelikan mulai produk barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik atau digital yang telah siap untuk digunakan atau dikonsumsi, perkembangan segmentasi *e-commerce* khususnya pada ruang lingkup bisnis ke konsumen membawa keuntungan bukan saja pada pihak pelaku usaha, pihak konsumen pun mendapat keuntungan yang sama. Walaupun demikian tetap saja kemungkinan-kemungkinan penyimpangan di dunia maya dapat terjadi. umumnya jenis perjanjian dalam bisnis ke konsumen merupakan perjanjian *online* yang telah berbentuk perjanjian dan ditawarkan kepada pihak umum dalam bentuk *take it or leave it contract*. Serta ada pula perjanjian yang menawarkan keada konsumennya. Penggunaan produk dengan syarat-syarat yang menyertai produk tersebut, umumnya terjadi dalam perjanjian penggunaan suatu *software* computer. Seorang pembeli seolah-olah telah

menyetujui syarat-syarat yang di ajukan dalam tindakannya untuk menahan atau menggunakan produk tersebut setelah diberikan kesempatan untuk membacanya atau menolaknya.

Karakteristik yang umum untuk segmentasi bisnis ke konsumen diantaranya adalah sebagai berikut:²⁶

1. Terbuka untuk umum, diaman informasi disebarakan secara umum pula.
 2. *Service* yang diberikan bersifat umum sehingga mekanisme dapat digunakan oleh banyak orang sebagai contoh karena sistem web telah umum di kalangan masyarakat maka sistem yang digunakan sistem web pula.
 3. *Service* yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap merespon terhadap inisiatif konsumen tersebut.
 4. Sering dilakukan pendekatan *client-server* dimana konsumen di pihak *client* menggunakan sistem yang minimal (*berbasis web*) dan penyedia barang dan jasa (*business prosedure*) berada pada pihak *server*.
- c. Konsumen ke konsumen (consumers to consumers)

Konsumen ke konsumen merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antara konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula, segmentasi konsumen ke konsumen ini sifatnya lebih khusus karena transaksi di lakukan oleh konsumen ke konsumen yang

²⁶ Onno W purba dan aang arid wahyudi, *mengenal e-commerce*, (Jakarta:PT.Elex Media Komputindo,2001) h.5

memerlukan transaksi internet telah dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya. Selain itu antar *customer* juga dapat membentuk komunitas pengguna atau penggemar produk tersebut. Ketidakpuasan *customer* dalam mengkonsumsi suatu produk dapat segera tersebar luas melalui komunitas-komunitas tersebut. Internet telah menjadikan *customer* memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap perusahaan dengan demikian menuntut pelayanan perusahaan menjadi lebih baik.²⁷

4. Keamanan Bisnis Online

Jual beli *Online* yang aman dapat dikatakan syar'i jika memenuhi kriteria berikut.²⁸

- a. Barang harus jelas macamnya, jenis, sumber, kualitas, dan kuantitas
- Memenuhi rukun dan syarat jual beli.
- b. Spesifikasi.
- c. Ada kesepakatan di awal ketika akad mengenai waktu atau ketepatan tanggal sampainya barang dan garansi pengembalian (terdapat hak khiyar).
- d. Tak ada kerahasiaan atau ketidakterbukaan mengenai cacat barang.
- e. Tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan.
- f. Mengedepankan kejujuran dalam transaksi.

²⁷ Panggih P, Dwi Atmojo, *Internet Untuk Bisnis*, (Yogyakarta:Dirkomnet.Training,2002) h.7

²⁸ Friska Muthi Wulandari., “Jual Beli online yang aman dan syar’i (studi terhadap pandangan pelaku bisnis online di kalangan mahasiswa dan alumni fakultas Syari’ah dan hukum UIN Sunan Kalijaga)”.LTA S1 Kearsipan Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,2015,h.73

- g. Bersikap toleran dalam bertransaksi, saling menghargai antar penjual dan pembeli.
- h. Menghindari sumpah meski penjual itu benar.
- i. Memperbanyak sedekah dari hasil menjual produk *online* sebagai penebus sumpah, penipuan, penyembunyian cacat barang, dan akhlak yang kurang terpuji.

5. Pengertian Maslahah

Maslahah atau *al-Maqasid al-Syar'iyah* atau *Maqasid al-Syari'ah* adalah pemahaman *ruh al-tasyri'* (spirit syariat) seperti masa sahabat Nabi Muhammad SAW dan sebagai satu-satunya metode *istinbath* hukum Islam pada saat itu, seperti disebutkan oleh Imam al-Haramain al-Juwaini. Istilah maslahah atau maqasid sudah tidak asing lagi bagi pengkaji *Islamic Law* dengan para tokohnya dari abad klasik sampai abad modern.²⁹ *Maslahah* secara bahasa atau etimologi (bahasa Arab) adalah berarti kemanfaatan, kebaikan, kepentingan. Dalam bahasa Indonesia sering ditulis dan disebut dengan *maslahat* (lawan kata *mufسادat*) yang berarti sesuatu yang mendatangkan kebaikan (keselamatan, dsb), faedah dan guna. Sedangkan kemaslahatan berarti kegunaan, kebaikan, manfaat, kepentingan,³⁰ yang berarti mendatangkan kebaikan atau membawa kemanfaatan dan menolak kerusakan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa segi etimologi kata al-Maslahah menunjukkan kepada pengertian manfaat dan guna itu sendiri (secara

²⁹ Abbas Arfan, "*Maslahah dan Batasan-Batasannya Menurut Al-Buthi (analisis kitab dlawabith al-Maslahah fi al-Syari'ah al-Islamiyyah)*", Jurnal *dejure Syari'ah dan Hukum* Volume 5 Nomor 1, (Juni 2013) h. 88

³⁰ Abbas Arfan, "*Maslahah dan Batasan-Batasannya Menurut Al-Buthi (analisis kitab dlawabith al-Maslahah fi al-Syari'ah al-Islamiyyah)*", Jurnal *dejure Syari'ah dan Hukum* Volume 5 Nomor 1, (Juni 2013) h. 90.

langsung) dan kepada sesuatu yang menjadi sebab (secara tidak langsung) dan melahirkan keduanya (masalah langsung dan tidak langsung). Akal universal umat manusia dapat menetapkan suatu kebijakan yang harus dilakukan atau suatu kejahatan yang harus ditinggalkan. Pengetahuan akal yang demikian sejalan dengan tujuan umum syariat, yang tak lain adalah kemaslahatan manusia itu sendiri.³¹ Sedangkan masalah menurut al-Buthi adalah sesuatu yang bermanfaat yang dimaksudkan oleh al-Syari' (Allah dan Rasul-Nya) untuk kepentingan hamba-Nya, baik dalam menjaga agama, jiwa, akal, keturunan dan harta mereka, sesuai dengan urutan tertentu yang terdapat di dalam kategori pemeliharaan tersebut.³²

6. Syarat-Syarat Masalah

Dengan tegas al-Buthi mengatakan masalah dapat dijadikan sebagai sumber hukum jika memenuhi lima kriteria atau memenuhi beberapa syarat yang diistilahkan dengan *Dlawabith al-Maslahah* berikut kelima syarat-syarat tersebut:³³

- a. Termasuk ke dalam cakupan *al-Maqasid al-Syar'iyyah* yang lima, yaitu setiap masalah yang termasuk kedalam *maqasid syar'iyyah* (yang lima) yang tidak terdapat dalil tentangnya, baik macamnya, jenisnya yang persis atau mendekatinya, juga tidak ada dalil yang mengharuskan atau membatalkannya.
- b. Tidak bertentangan dengan al-Qur'an.

³¹ Hamka Haq, *Al-Syathibi Aspek Teologi Konsep Masalah dalam Kitab AL-Muwafaqat*, (Jakarta: Erlangga, 2007) h. 252-253

³² Abbas Arfan, "Maslahah dan Batasan-Batasannya Menurut Al-Buthi (analisis kitab *dlawabith al-Maslahah fi al-Syari'ah al-Islamiyyah*)", *Jurnal de jure Syari'ah dan Hukum* Volume 5 Nomor 1, (Juni 2013) h. 87.

³³ Abbas Arfan, "Maslahah dan Batasan-Batasannya Menurut Al-Buthi (analisis kitab *dlawabith al-Maslahah fi al-Syari'ah al-Islamiyyah*)", *Jurnal de jure Syari'ah dan Hukum* Volume 5 Nomor 1, (Juni 2013) h. 92.

- c. Tidak bertentangan dengan al-Sunnah.
- d. Tidak bertentangan dengan al-Qiyas.
- e. Tidak bertentangan kemaslahatan lain yang lebih tinggi/lebih kuat/dan lebih penting.

Selanjutnya al-Buthi ³⁴ dalam bukunya “*Dlawabith al-Maslahah fi al-Syari’ah al-Islamiyyah*” menyimpulkan bahwa kelima syarat terbut mengharuskan adanya tiga konsekwensi, yaitu:

- a. Tidak boleh men-*takhshish*, menafsirkan atau men-*taqyid* sesuatu dari al-Qur’an dan al-Sunnah semata dengan dasar masalah, karena masalah tidak boleh mengungguli dan bertentangan dengan kedua sumber utama hukum Islam.
- b. Pendapat sebagian ulama yang meletakkan sebuah kaidah terkenal, yaitu “*tatabaddal al-ahkam bi tabaddul al-azman*” (perubahan hukum sebab perubahan zaman) itu tidak boleh diambil secara lahiriyah saja, karena sesuatu hukum yang terlahir karena berdasarkan dari Qur’an atau Sunnah atau dari qiyas yang bersumber dari keduanya itu harus selalu ada selama keduanya masih ada dan tidak bisa berubah karena mengikuti zaman.
- c. Pesan moral untuk para ulama yang telah mampu berijtihad dan membahas beberapa permasalahan hukum Islam untuk lebih teliti dan berhati-hati dalam memahami karakteristik masalah, agar tidak terjadi kerancuan atau

³⁴ Abbas Arfan, “Maslahah dan Batasan-Batasannya Menurut Al-Buthi (analisis kitab *dlawabith al-Maslahah fi al-Syari’ah al-Islamiyyah*)”, Jurnal *dejure Syari’ah dan Hukum* Volume 5 Nomor 1, (Juni 2013) h. 94.

dipengaruhi oleh hukum-hukum *madniyyah* (positif) dan budaya modern yang materialistis.

7. Macam-macam Masalah

Menurut Abdul Karim Zaidan, seperti dikutip Satria Effendi pembagian masalah ditinjau dari segi eksistensinya sebagai berikut³⁵:

- a. Masalah Mu'tabarah yaitu, masalah yang secara tegas diakui syari'at dan telah ditetapkan ketentuan-ketentuan hukum untuk merealisasikannya. Seperti dikatakan Muhammad al-Said Abi Abd Rabuh bahwa, masalah mu'tabarah adalah kemaslahatan yang diakui oleh syari' dan terdapatnya dalail yang jelas untuk memelihara dan melindunginya. Jika syari' menyebutkan dalam nash tentang hukum suatu peristiwa dan menyebutkan nilai masalah yang dikandungnya. Maka hal tersebut disebut dengan masalah mu'tabarah yang termasuk kedalam masalah ini adalah semua kemaslahatan yang jelas. Dan disebutkan oleh nash memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara harta benda. Seluruh ulama sepakat bahwa semua masalah yang dikategorikan kepada masalah mu'tabarah wajib ditegakkan dalam kehidupan, karena dilihat dari segi tingkatan ia merupakan kepentingan pokok yang wajib ditegakan.
- b. Masalah Mulgah yaitu, masalah yang tertolak karena ada dalil yang menunjukkan bahwa bertentangan dengan ketentuan dalil yang jelas. Contohnya, pembagian sama rata antara lelaki dan perempuan dalam pembagian harta pustaka.

³⁵ Digilib.uinsby.ac.id "Bab II Pembahasan Tentang Masalah"(diunduh 24 Juli 2016) h.23

c. Masalah Mursalah yaitu, masalah semacam ini terdapat dalam masalah masalah muamalah dalam al-Qur'an dan as-Sunnah untuk dapat dilakukan analogi, Objek masalah mursalah selain yang berlandaskan pada hukum syara' secara umum, juga harus diperhatikan adat dan hubungan antara satu manusia dengan manusia yang lain (dalam hal ini adalah bidang muamalah). Objek tersebut merupakan pilihan utama untuk mencapai kemaslahatan. Dengan demikian, segi ibadah tidak termasuk dalam lapangan tersebut. Secara singkat, dapat dikatakan bahwa al-maslahah al-mursalah itu difokuskan terhadap lapangan yang tidak terdapat nash baik dalam al-Qur'an maupun sunnah Rasul yang menjelaskan hukum-hukum yang ada penguatnya melalui suatu i'tibar. Juga difokuskan pada hal-hal yang tidak didapatkan adanya ijma' atau qiyas yang berhubungan dengan kejadian tersebut.³⁶ Maka dapat dipahami bahwa objek kajian masalah mursalah adalah pada bidang muamalah dan adat istiadat yang mengatur hubungan manusia dengan manusia lainnya yang tidak terdapat ketetapan dalilnya dalam nash. Sedangkan pada bidang ibadah yang mengatur hubungan manusia dengan Allah, kajian masalah mursalah tidak dapat diberlakukan. Contohnya: peraturan lalu lintas dengan segala rambu-rambunya, peraturan seperti itu tidak ada dalam dalil khusus yang mengaturnya, baik dalam al-Qur'an maupun al-Sunnah Rasulullah. Namun peraturan seperti itu sejalan dengan tujuan syari'at yaitu dalam hal ini adalah untuk memelihara jiwa dan memelihara harta. Dewasa ini lebih-lebih lagi pada masa mendatang

³⁶ Rachmat Syafe'i, *Ilmu Ushul Fiqh*, (Bandung, Pustaka Setia, 2015) h.121

permasalahan kehidupan manusia semakin cepat berkembang dan semakin kompleks.³⁷ Permasalahan itu harus di hadapi umat Islam yang menuntut adanya jawaban penyelesaiannya dari segi hukum. Dalam kondisi demikian, kita akan berhadapan dengan beberapa masalah yang secara rasional (*aqliyah*) dapat di nilai baik buruknya untuk menetapkan hukumnya, tetapi tidak sulit menemukan dukungan hukumnya dari *nash*. Dalam uapaya mencari solusi agar seluruh tindak tanduk umat Islam dapat di tempatkan dalam tatanan hukum agama, masalah mursalah itu dapat di jadikan salah satu alternative sebagai dasar berijtihad. Untuk mengurangi atau menghilangkan kekhawatiran akan tergelincir pada sikap semaunya dan sekehendak nafsu, maka dalam berijtihad dengan menggunakan masalah mursalah itu sebaiknya di lakukan secara bersama-sama.

Kemudian mengenai pembagian masalah dari segi tingkatannya adalah berkaitan dengan kepentingan hajat hidup manusia, menurut Mustafa al-Khind masalah dilihat dari segi martabatnya ini dapat dibedakan menjadi tiga macam³⁸:

- a. Al-Maslahah al-Daruriyah, (kepentingan-kepentingan yang esensi dalam kehidupan) seperti memelihara agama, memelihara jiwa, akal, keturunan , dan harta. Kemaslahatan yang menjadi dasar tegaknya kehidupan hal asasi manusia, baik yang berkaitan dengan agama maupun dunia. Jika ia luput dalam kehidupan manusia maka mengakibatkan rusaknya tatanan kehidupan manusia. Zakaria al-Bisri menyeburkan bahwa masalah daruriyah ini

³⁷ Amir Syarisuddin, *Ushul Fiqh*, (Jakarta : Kencana, 2008) h.363-364.

³⁸ Digilib.uinsby.ac.id “Bab II Pembahasan Tentang Masalah”(diunduh 24 Juli 2016) h.24

merupakan dasar asasi untuk menjamin kelangsungan hidup manusia. Jika ia rusak maka akan muncullah fitnah dan bencana yang besar. Masalah daruriyah merupakan kemaslahatan yang berhubungan dengan kebutuhan pokok umat manusia di dunia dan akhirat.

- b. Al-Maslahah al-Hijjiyah, (kepentingan-kepentingan esensial di bawah derajatnya *al-maslahah daruriyyah*), namun diperlukan dalam kehidupan manusia agar tidak mengalami kesukaran dan kesempitan yang jika tidak terpenuhi akan mengakibatkan kesempitan dan kesukaran baginya. Masalah hajiyyah merupakan segala sesuatu yang sangat dihajatkan oleh manusia untuk menghilangkan kesulitan dan menolak segala halangan artinya, ketiadaan ancam eksis hajiyyat ini tidak akan sampai menjadikan kehidupan kehidupan manusia rusak melainkan hanya sekedar menimbulkan kesulitan dan kesukaran. Prinsip utama aspek hajiyyat adalah untuk menghilangkan kesulitan, meringankan beban taklif dan memudahkan urusan mereka maksudnya, Islam menetapkan sejumlah ketentuan dalam beberapa bidang mua'malat dan uqubat (pidana).
- c. Al-Maslahah al-Tahsiniyah, (kepentingan-kepentingan pelengkap) yang jika tidak terpenuhi maka tidak akan mengakibatkan kesempitan dalam kehidupannya, sebab ia tidak begitu membutuhkannya, hanya sebagai pelengkap atau hiasan hidupnya.³⁹ Sifatnya pelengkap berupa keluasan yang dapat melengkapi kemaslahatan. Misalnya, dianjurkan memakan makanan

³⁹ Muhammad Abu Zahrah, *Ushul al-Fiqh, terj. Sarfullah Ma'shum et al., Ushul Fiqih* cet 9, (Jakarta : Pustaka Firdaus, 2005) h.426

yang bergizi dan lain lain. Masalah ini sering pula disebut sebagai masalah takmiliyah, yaitu masalah jenis ini sifatnya untuk memelihara kebagusan dan kebaikan budi pekerti serta keindahan saja. Masalah yang dikategorikan kepada masalah tahsiniyah ini bersifat hanya untuk kebaikan dan kesempurnaan, sekiranya tidak dapat diwujudkan dan dicapai oleh manusia tidaklah sampai menyulitkan dan merusak tatanan kehidupan mereka. Tetapi ia dipandang penting dan dibutuhkan. Dalam praktiknya dan usaha untuk mewujudkan dalam kehidupan bisa saja terjadi benturan di antara ketiga bentuk masalah yang disebutkan diatas. Akan tetapi jika terjadi benturan maka daruriyah lah yang di dahulukan begitu halnya seterusnya.

Untuk menjaga kemurnian metode masalah sebagai landasan hukum Islam, maka harus mempunyai dua dimensi penting, yaitu sisi pertama harus tunduk dan sesuai dengan apa yang terkandung dalam nash (al-Qur'an dan al-Hadits) baik secara testual dan kontekstual. Sisi kedua harus mempertimbangkan adanya kebutuhan manusia yang selalu berkembang sesuai zamannya. Kedua sisi ini harus menjadi pertimbangan yang secara cermat dalam pembentukannya hukum Islam, karena bisa dua sisi di atas tidak berlaku secara seimbang, maka dalam hasil *istinbath* hukumnya akan menjadi sangat kaku disatu sisi dan teralaku mengikuti hawa nafsu disisi lain. Sehingga dalam ini perlu adanya syarat dan standar yang benar dalam menggunakan masalah baiki secara metodologi atau aplikasinya.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode secara etimologi diartikan sebagai jalan atau cara melakukan atau mengerjakan sesuatu. Sedangkan menurut istilah metode merupakan titik awal menuju proposisi-proposisi akhir dalam bidang pengetahuan tertentu.⁴⁰ Metode penelitian bermakna seperangkat pengetahuan tentang sistematis dan logis dalam mencari data yang berkenaan dengan masalah tertentu, untuk diolah dianalisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan pemecahannya.⁴¹ Jadi metode penelitian adalah jalan atau cara yang ditempuh oleh peneliti untuk melakukan

⁴⁰ Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Bandung: CV Mandar Maju, 2008) h.13.

⁴¹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1987) h.3.

sebuah penelitian dan menemukan pemecahan masalahnya. Agar dapat menemukan penyelesaian masalah dari penelitian secara sistematis.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum sosiologi atau empiris. Mukti Fajar dan Yulianto Achmad berpendapat bahwa penelitian hukum sosiologi atau empiris yang mencakup penelitian terhadap identifikasi hukum dan penelitian terhadap efektifitas hukum.⁴² Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui sudut pandang masalah terhadap pelaksanaan bisnis *online* di kota Malang dengan melakukan studi empiris di toko Serba Oleh Oleh yang berada di kota Malang.

B. Pendekatan Penelitian

Cara pendekatan (*approach*) yang digunakan dalam suatu penelitian hukum normatif-empiris akan memungkinkan seorang peneliti untuk memanfaatkan hasil-hasil temuan ilmu hukum normatif dan ilmu-ilmu lainnya untuk kepentingan dan analisis serta eksplanasi hukum tanpa mengubah karakter ilmu hukum sebagai ilmu empiris.⁴³

Pendekatan yang pertama adalah pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*) yang dimana dilakukan manakala peneliti tidak beranjak dari aturan hukum yang ada dengan membangun suatu konsep untuk dijadikan acuan dalam penelitiannya. Dalam membangun konsep peneliti harus beranjak dari pandangan-

⁴² Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2010), h.153.

⁴³ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2010), h.300.

pandangan yang berkembang di dalam ilmu hukum. Tidak dapat di sangkal bahwa “kepentingan umum” merupakan konsep hukum bukan konsep politik atau ekonomi.⁴⁴ Seperti halnya konsep pelaksanaan bisnis *online* sesuai dengan masalah .

Dalam pendekatan ini peneliti menggunakan konsep-konsep bisnis *online* atau jual beli barang yang tidak ada serta konsep-konsep masalah dalam penelitiannya dengan melihat pelaksanaan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang . Kedua, pendekatan kasus (*case approach*), yaitu menyoroti pelaksanaan bisnis *online* di toko Serba Oleh Oleh Malang dari perspektif masalah.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Ruko Permata Griya Shanta Jalan Soekarno Hatta NR 24-25 Malang 65412 Jawa Timur. Toko Serba Oleh Oleh Malang ini merupakan situs *social commers* pertama dan satu satunya toko *online* khusus makanan dan barang khas daerah dari seluruh Nusantara yang dimana sebagai salah satu tempat studi tentang pelaksanaan bisnis *online* di kota Malang.

D. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga yaitu, sumber data primer, sekunder dan tersier yang diantaranya yaitu :

1. Data Primer

Data primer merupakan data dasar yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan

⁴⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: PrenadaMedia Group,2005) h. 177-178.

dicatat untuk pertama kalinya.⁴⁵ Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah sumber data yang di dapat di Toko Serba Oleh Oleh Malang, berupa pelaksanaanya dalam bisnis *online*, hasil wawancara dari pemegang server sistem bisnis *online* Toko Serba Oleh Oleh Malang.

2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data sekunder berupa dokumen-dokumen dan literatur (kepustakaan) yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Data sekunder yang akan digunakan adalah buku tentang yang berkaitan dengan *E-commers*, fiqh Muamalah dan ushul fiqh serta pendapat para pakar.

3. Data Tersier

Data tersier merupakan sumber data yang menjelaskan data primer dan sekunder. Dalam hal ini beberapa data tersier diantaranya seperti kamus, ensiklopedia bibliografi yang berhubungan dengan penelitian serta jurnal-jurnal *E-commers*, jual beli, jurnal masalah mursalah dan literatur lainnya.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengkajian ilmu hukum normatif-empiris pemaknaan data di sini adalah fakta sosial berupa masalah yang berkembang di tengah masyarakat yang memiliki signifikansi sosiologis. Upaya untuk mengumpulkan dari fakta-fakta sosial dalam penelitian empiris merupakan prosedur standar yang dilakukan secara terarah dan sistematis untuk memperoleh bahan kajian, sebab selalu ada hubungan

⁴⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta : KENCANA, 2005) h. 181.

antara upaya mengumpulkan fakta-fakta sosial dengan masalah penelitian tentang isu-isu hukum aktual yang ingin dipecahkan.

Metode pengumpulan fakta sosial sebagai bahan kajian ilmu hukum empiris, sangat tergantung pada model kajian dan instrument penelitian yang digunakan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, observasi dan wawancara langsung ke pihak terkait, dan pencarian dalam buku-buku terkait untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan ada beberapa cara, antara lain:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu Pewawancara (yang mengajukan pertanyaan) dan diwawancarai (yang memberikan jawaban). Adapun teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti dalam hal ini adalah teknik wawancara tidak terstruktur, susunan pertanyaannya dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi suku, gender, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan atau responden yang dihadapi. Responden dalam penelitian ini adalah *project leader* (ketua pelaksana) bisnis *online* toko Serba Oleh Oleh Malang dengan cara mewawarcainya.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini adalah metode pencarian dan pengumpulan data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, agenda,

foto, brosur dan sebagainya,⁴⁶ yang ada hubungannya dengan tema penelitian. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang serta data-data lain yang berhubungan dengan pokok penelitian. Dokumentasi dapat berupa foto pada saat wawancara antara peneliti dengan *project leader* Toko Serba Oleh Oleh Malang.

Adapun sifat dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah dokumen resmi internal, yaitu dokumen yang dikeluarkan dan dimiliki oleh pihak itu sendiri.

F. Metode Pengolahan Data

Untuk mengelola keseluruhan data yang diperoleh, maka perlu adanya prosedur pengelolaan dan analisis data yang sesuai dengan pendekatan yang digunakan. Sesuai dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini, maka teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis deskriptif kualitatif atau non statistik atau analisis isi (*content analysis*).⁴⁷ Adapun proses analisis data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

1. Editing

Menerangkan, memilah hal-hal pokok dan memfokuskan hal-hal penting yang sesuai dengan rumusan masalah. Dalam teknik *editing* ini, peneliti akan mengecek kelengkapan serta keakuratan data yang diperoleh dari responden

⁴⁶ Saharsimi Arkanto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 206.

⁴⁷ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2006) h.31.

utama, yaitu pemegang server sistem bisnis *online* Toko Serba Oleh Oleh Malang.

2. *Classifying*

Klasifikasi (*classifying*), yaitu setelah ada data dari berbagai sumber, kemudian diklasifikasikan dan dilakukan pengecekan ulang agar data yang diperoleh terbukti valid. Klasifikasi ini bertujuan untuk memilah data yang diperoleh dari informan dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

3. *Verifying*

Verifikasi data adalah langkah dan kegiatan yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data dan informasi dari lapangan. Dalam hal ini, peneliti melakukan pengecekan kembali data yang sudah terkumpul terhadap kenyataan yang ada di lapangan guna memperoleh keabsahan data.

4. *Analysing*

Analisa data adalah suatu proses untuk mengatur aturan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola kategori dan suatu uraian dasar. Sugiyono berpendapat bahwa analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, buku-buku, ensiklopedia, internet, berita dan dokumentasi.

5. *Concluding*

Concluding adalah penarikan kesimpulan dari permasalahan-permasalahan yang ada, dan ini merupakan proses penelitian tahap akhir serta jawaban atas paparan data sebelumnya. Pada kesimpulan ini, peneliti mengerucutkan persoalan diatas dengan menguraikan data dalam bentuk kalimat yang teratur,

runtut, logis, tidak tumpang tindih, dan efektif sehingga memudahkan pembaca untuk memahami dan menginterpretasi data.⁴⁸



⁴⁸ Fakultas Syari'ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Malang: UIN Press, 2012), h. 48.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek yang Diteliti

Toko Serba Oleh Oleh merupakan salah satu toko *online* yang ada di kota Malang yang dimana menyediakan *website* www.serbaoleholeh.com untuk jual beli barang-barang *online* unik yang ada yang ada di seluruh nusantara khususnya di Malang, yang dimana tujuan utama adalah untuk memudahkan para penikmat oleh oleh khas Nusantara khususnya Malang dalam hal pembelian nya. Toko Serba Oleh Oleh merupakan satu-satunya situs *social commers* pertama dan satu-satunya toko *online* khusus makanan dan barang khas daerah dari seluruh Nusantara⁴⁹. Malang

⁴⁹ Hotfrog.co.id (di unduh 23 Maret 2016)

dijadikan salah satu tempat oleh oleh khas Nusantara karena menurut *owner* Malang merupakan salah satu kota yang memiliki potensi oleh oleh yang sangat besar dan tentunya memiliki penikmat yang cukup besar. Dalam *website* ini penjual dipertemukan dengan penikmat makanan dan barang khas Malang. Toko Serba Oleh Oleh Malang menyediakan lapak atau toko *online* bagi penjual oleh oleh khas Malang dengan menggunakan jasa *website* Serba Oleh Oleh dan pembeli mengaksesnya di *website* tersebut. Kantor Serba Oleh Oleh Malang berada di Ruko Permata Griya Shanta Jalan Soekarno Hatta NR. 24-25 Malang Jawa Timur. Beberapa barang oleh oleh khas Malang yang dijual dalam Serba Oleh Oleh Malang yaitu diantaranya :

1. *Merchandise* khas Malang seperti soak Malang, topeng Malang dan barang khas lainnya.
2. Makanan khas Malang seperti berbagai macam keripik, kerupuk, dodol dan lain-lain.

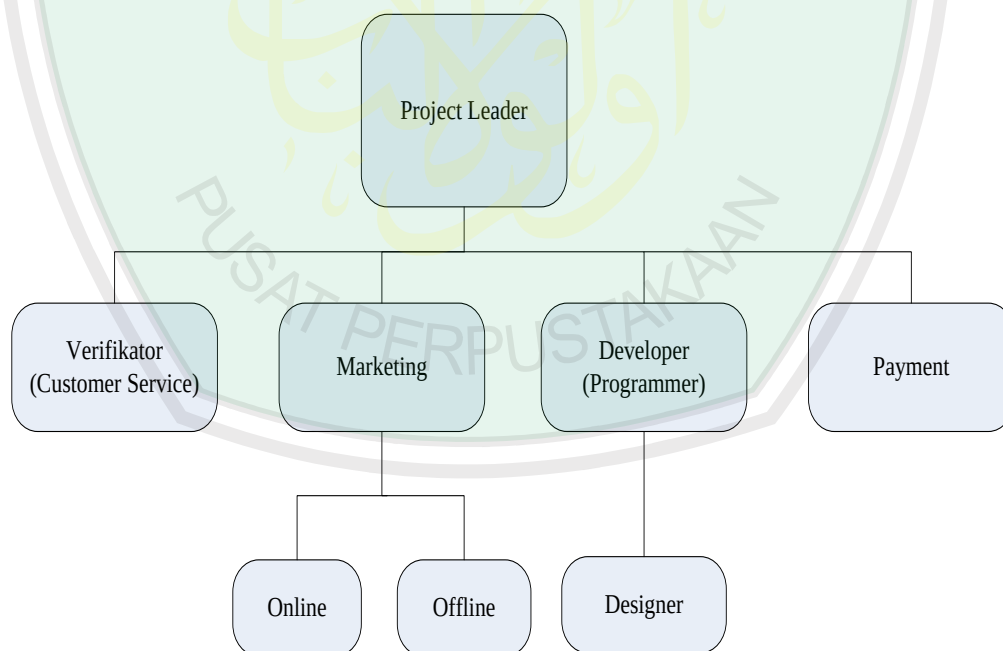
Dengan beberapa oleh oleh ini Malang menjadi suatu tujuan wisatawan yang diminati saat ini. Akan tetapi, tidak semua wisatawan bisa datang ke Malang langsung untuk berwisata oleh-oleh sebab itu Toko Serba Oleh Oleh Malang menyediakan jasa toko *online* untuk mempermudah para penikmat oleh oleh tersebut yang tidak bisa datang untuk membelinya langsung ke Malang. Dan tentunya mempermudah menemukan para penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi jual beli.

1. Struktur Organisasi di Toko Serba Oleh Oleh Malang

Dalam setiap usaha yang tentunya menginginkan usahanya berkembang, tentunya memerlukan adanya suatu perorganisasian agar tercipta suatu sinergi dari beberapa orang atau komunitas agar bisa mencapai tujuan yang bersama dan bisa mencapai tujuan yang sepenuhnya.

Demikian halnya dengan Toko Serba Oleh Oleh tentunya di perlukan struktur organisasi yang bisa meng-*handle* Toko Serba Oleh Oleh untuk menjadi semakin lebih baik dan tentunya bisa berjalan sesuai visi dan misi yang ada.

Saat ini telah memiliki 7 orang karyawan yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing sesuai dengan posisi dan jabatan di Toko Serba Oleh Oleh Malang. Secara sistematis struktur dari Toko Serba Oleh Oleh Malang yaitu sebagai berikut ditunjukkan pada Gambar 1.1 .



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Toko Serba Oleh Oleh Malang⁵⁰

⁵⁰ Analisis data dari *project leader* Toko Serba Oleh Oleh Malang (8 April 2016).
 Gambar 1.1 Analisis data dari *project leader* Toko Serba Oleh Oleh Malang (8 April 2016).

Tugas dan tanggung jawab masing bagian di Toko Serba Oleh Oleh Malang adalah sebagai berikut :

- a. *Project Leader*, memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
 1. Mengontrol kegiatan dan pekerjaan seluruh karyawan.
 2. Memeriksa semua pelaksanaan jual beli *online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang.
 3. Memberi pengarahan jika terjadi permasalahan.
 4. Bertanggung jawab atas semua kegiatan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang.
- b. *Verifikator (Customer Service)*, memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
 1. Melihat dan mengopersikan pesanan yang masuk.
 2. Menerima keluhan dari beberapa pembeli yang kompalain.
- c. *Marketing (Online dan Offline)*, memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
 1. *Marketing Online* bertugas dalam hal pemasaran *online* tentang produk produk yang ada di Toko Serba Oleh Oleh Malang,
 2. *Marketing Offline* bertugas untuk mencari penjual yang ingin bergabung di Toko Serba Oleh Oleh Malang dengan cara mendatangi para penjual oleh oleh khas Malang langsung ke tempat penjualan.
- d. *Programmer*, memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
 1. Mengelola program-program di *website*.

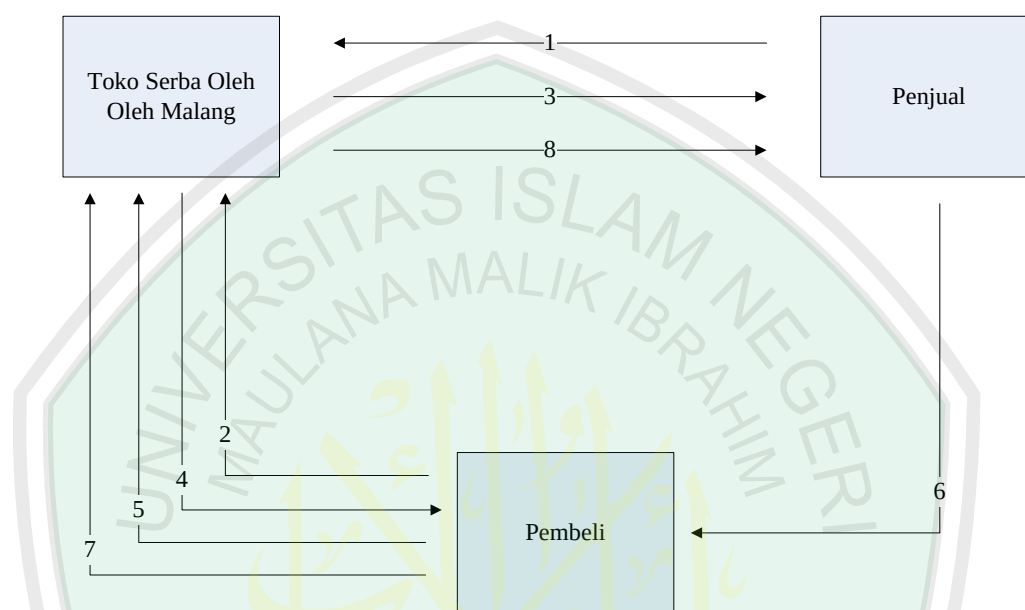
2. Meng-*update* dan meng-*upgrade* data data terbaru yang berkaitan dengan oleh oleh khas Malang, dan Informasi penting lainnya.
 3. Bagian *Desainer* mengelola *website* dengan cara mendesain *website* agar terlihat lebih menarik.
- e. *Payment*, memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
1. Menerima dan menyimpan uang dari pembeli.
 2. Menerima dan mengecek bukti tarif atas pembayaran customer.
 3. Menyimpan dan mencatat bukti-bukti penjualan *online*.
 4. Melaksanakan administrasi kas dan membukukan bukti-bukti tersebut dalam buku kas dengan baik dan benar.

B. Pelaksanan Bisnis *Online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang

Malang sebagai kota yang nya semakin pesat membuat toko Serba Oleh Oleh Malang berinisiatif melakukan bisnis ini dengan jalur *online* agar dengan mudah dijangkau oleh para penikmat oleh oleh khas Malang dari seluruh nusantara. Tentunya setiap usaha jual beli menemukan beberapa masalah konsekuensi beserta risikonya, yang tentunya siap kapan saja untuk dihadapi. Apalagi usaha yang berbasis *online* dimana penjual dan pembeli tidak saling berinteraksi secara langsung dan melihat secara langsung barang yang akan di perjual belikan sehingga jika terjadi beberapa masalah tentunya sulit untuk diselesaikan. Dalam sebuah bisnis diperlukannya sebuah sistem mekanisme agar dalam pelaksanaannya dapat berjalan secara sistematis, dan juga agar dapat diketahui langkah-langkah selanjutnya yang harus dilakukan sehingga jika terjadi kesalahan dalam sistem dapat mudah ditemukan penyelesaian masalahnya. Berikut gambar Dengan ini di

perlukannya beberapa sistem mekanisme bisnis *online* agar dapat terkontrol dan berjalan dengan baik. Berikut sistem bisnis *online* Toko Serba Oleh Oleh Malang:

1.2 sistem bisnis *online* di toko Serba Oleh Oleh Malang.⁵¹



Gambar 1.2 Sistem Bisnis *Online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang

1. Memasukkan Informasi

Sebelum penjual mendaftarkan diri untuk ikut dengan Toko Serba Oleh Oleh Malang. Toko Serba Oleh Oleh mencari secara manual dengan cara melakukan survei langsung ke lapangan siapa yang akan ikut masuk dalam Toko Serba Oleh Oleh Malang, setelah itu penjual mendaftar langsung ke *website* Toko Serba Oleh Oleh Malang dan selanjutnya mengikuti langkah-langkah selanjutnya yang diantaranya yaitu penjual memasukkan informasi tentang produk tersebut mulai dari jenis, ukuran, serta harga. Dan disitu pihak *website* Toko Serba Oleh Oleh Malang akan memverifikasi barang-barang oleh oleh tersebut melalui beberapa

⁵¹ Gambar 1.2 Analisis data dari *project leader* Toko Serba Oleh Oleh Malang (8 April 2016).

langkah yang sudah ada, dan terkadang juga pihak penjual ada yang langsung datang ke kantor untuk memberitahukan secara langsung barang tersebut. Sehingga mempermudah pihak *website* dalam pengecekan barang.

Berikut hasil wawancara dengan *project leader* dari toko Serba Oleh Oleh Malang yang diantaranya sebagai berikut :

Welly Setyawan, *“Alasan kenapa Malang karena Malang banyak barang-barang unik dan yang salah satunya banyak oleh-olehnya. Dan Malang merupakan salah satu destinasi wisatawan yang cukup diminati. Mungkin karena banyak mahasiswa yang belajar disini jadi orang tuanya sekalian jenguk dan berwisata. Dan tentunya yang namanya wisatawan pasti akan mencari oleh oleh karena selain kepuasan setelah berlibur dan oleh oleh lah yang dijadikan tujuan para wisatawan selanjutnya dan tentunya mengapa berbasis online karena ingin mempermudah pihak konsumen saja mb dalam mengkonsumsinya dan tentu beberapa alasan yang tadi dengan kelebihan Malang .”*
Welly Setyawan, wawancara (Malang, 8 April 2016)

Dari hasil wawancara peneliti dengan Welly Setyawan bahwasanya toko Serba Oleh Oleh memang fokus pada bisnis *online* karena itu merupakan suatu tujuan utama yaitu untuk mempermudah para penikmat oleh oleh khas Malang dalam pengaksesanya. Dan pembeli juga tidak perlu repot mencari toko di seluruh kota Malang karena pihak toko Serba Oleh Oleh Malang sudah mengumpulkan di *website* dan bisa di jangkau dari seluruh nusantara. Disini para penjual berkumpul langsung dengan berbagai penjual oleh-oleh di seluruh kota Malang dan bertemu dengan para calon pembeli dan disini pihak perusahaan atau *website* lah yang mengorganisir serta bertanggung jawab dalam kegiatan bisnis *online* tersebut .
berikut hasil wawancara dengan *project leader* Toko Serba Oleh Oleh Malang.

Welly Setyawan, *Toko Serba Oleh Oleh ini sejenis dengan Tokopedia, Bukalapak dan lain lain dimana pihak kami tidak mengurus packaging, info barang dan pengiriman barang. Kami disini fokus pada*

bagaimana mempertemukan pihak penjual dan pembeli dan memberi jasa toko online menggunakan website kami. Jadi kami hanya mengurus verifikasi barang sesuai atau tidak dan masalah payment. Kami disini menggunakan toko online dengan macam customer to customer, kami juga sudah mencari para penjual oleh oleh khas Malang yang ingin bergabung di toko Serba Oleh Oleh Malang secara langsung turun ke lapangan oleh bagian marketing offline kami karena ini merupakan suatu langkah agar produk bisa terjamin keamanannya” Welly Setyawan, wawancara (Malang, 8 April 2016)

Dari hasil wawancara ini bahwasanya salah satu alasan Toko Serba Oleh Oleh Malang ini menjadikan salah satu ikon di *website* ini karena banyak peminat tentunya dan itu disebabkan banyak barang-barang unik serta oleh oleh makanan yang banyak diantaranya berbagai macam keripik dari berbagai buah serta barang-barang unik khas oleh-oleh Malang seperti topeng dan karya tangan lainnya. Tentunya dengan beberapa keunggulan yang dimiliki Malang itu menjadikan *owner* Toko Serba Oleh Oleh Malang menjadi berinisiatif untuk memanfaatkan peluang tersebut untuk mendirikan bisnis berbasis *online* agar dengan mudah dijangkau oleh para penikmat oleh oleh khas Malang itu sendiri. Dengan ini tentunya pihak *website* memerlukan kerjasama dari pihak bisnis *offline* sebagai penyedia barang-barang oleh-oleh khas Malang untuk mengembangkan dan menjalankan bisnis *online* tersebut karena pihak *website* hanya penyedia jasa toko *online* berikut hasil wawancara peneliti.

Welly Setyawan, “Yang pertama tentunya pihak penjual bila ingin membuka toko online di *website* kami harus mendaftar terlebih dahulu dan itu gratis serta barang-barang yang akan di perjual-belikan juga harus diverifikasi keasliannya baik berupa gambar yang dikirim penjual maupun pihak penjual langsung datang ke kantor kami itu langkah pertama, sedangkan setelah itu toko Serba Oleh Oleh mendesain secara menarik agar pembeli merasa tertarik beserta pemasaran yang kuat tentunya, pihak kami tidak melayani packaging, pengiriman dan info barang mb, kami hanya bagian payment dan

penyedia jasa website serta memverifikasi barang yang sudah di terima oleh para pembeli. Dan yang terakhir uang tidak akan kami berikan kepada pihak penjual sebelum pihak pembeli memberikan laporan apakah barang tersebut sudah sampai, dan tentunya keamanan akan terjamin. Jika terjadi suatu komplain kami yang akan menghubungkan antara pihak penjual dengan pihak pembeli jadi kami tau semua transaksi pihak penjual dan pembeli kami tau.”

Dari hasil wawancara peneliti dengan Welly Setyawan beberapa mekanisme atau pelaksanaan bisnis *online* yang di aplikasikan di toko Serba Oleh Oleh Malang mempunyai keterjaminan keamanan yang baik, karena salah satu pengukuran keamanan yaitu masalah *payment*. Dengan beberapa sistem yang sudah dimiliki oleh *website* ini keamanan bisa terjamin. Berikut wawancara yang dilakukan peneliti.

Welly Setyawan, “ *Langkah keamanan banyak ya mb selain cara uang yang tidak bisa diterima sebelum ada verifikasi kedatangan barang dari pihak pembeli, kami juga mendaftar kan website kami kepada polisi online dan kami sudah mendapatkan sertifikasi itu, mb bisa lihat di website kami. Itu merupakan salah satu langkah agar konsumen yakin percaya dengan bisnis online ini tentunya dengan keamanan dan pelayanannya pula.*” Welly Setyawan, wawancara (Malang, 8 April 2016)

Hasil wawancara peneliti dengan Welly Setyawan bahwasanya dengan perkembangan zaman dengan pengaruh teknologi yang semakin berkembang polisi tidak hanya mengawasi dan mengayomi dalam dunia *offline* melainkan dunia *online* juga, yaitu dengan cara mengawasi *cyber-cyber* dari dunia *online* karena itu lah yang terjadi perkembangan teknologi tentunya berpengaruh sangat besar dan sangat banyak juga kejahatan, pencurian disini. Dengan polisi *online* ini merupakan suatu langkah positif dari dampak perkembangan teknologi yang semakin marak. Bisnis *online* diperlukan kemanan yang seperti ini. Polisi *online* merupakan verifikasi

toko *online* terpercaya nomer 1 di Indonesia.⁵² Fasilitas ini gratis dari pemerintah untuk para pembisnis *online* yang ingin mendaftarkan *website* nya sebagai toko *online* yang keamanan nya terjamin.

1. Mencari Informasi dan melakukan transaksi pemesanan

Dalam hal ini sudah masuk pada tahap transaksi yaitu pemesanan, penjual memesan dengan cara mengecek *website* Toko Serba Oleh Oleh Malang dengan mengecek barang yang di cari, ukuran, serta harganya. Dan melakukan pemesanan barang sesuai alur yang sudah disediakan.

2. Menginformasikan ada atau tidak barang yang dipesan

Pihak Toko Serba Oleh Oleh Malang menanyakan ketersediaan barang tersebut. Dan pihak penjual akan mengupdate segala informasi tentang info barang tersebut dan pihak Toko Serba Oleh Oleh Malang yang mengelola informasi tersebut.

3. Memberi informasi barang-barang

Disini pihak Toko Serba Oleh Oleh Malang yang melakukan pemberian informasi yang tadi telah di berikan oleh pihak penjual. Setelah si pembeli melakukan pemesanan maka pihak memberikan informasi berapa yang harus di bayar. Dan disini langsung secara otomatis keluar harga dari mulai pengiriman menggunakan jasa pengiriman apa saja karena pihak Toko Serba Oleh Oleh Malang sudah mempunyai hubungan dengan berbagai pihak jasa pengiriman, biaya transaksi dan harga barang tersebut dan keseluruhan yang harus di bayar oleh si pembeli.

⁵² Polisionline.com (search pada tanggal 12 April 2016)

4. Pembeli melakukan pembayaran

Disini pembeli melakukan pembayaran kepada pihak Toko Serba Oleh Oleh Malang, karena dalam sistem di *website* ini pihak *website* yang akan menerima uang pembayaran terlebih dahulu karena dengan alasan jaminan keamanan terhadap penipuan yang bisa kemungkinan terjadi.

5. Melakukan *packaging* dan pengiriman

Dalam bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang pihak *website* tidak melakukan *packaging* dan pengiriman karena pihak menghindari beberapa risiko yang kemungkinan terjadi jadi yang melakukan langkah ini adalah pihak penjual dan melakukan pengiriman.

6. Menginfokan barang sudah diterima

Setelah penjual melakukan pengiriman barang, si pembeli harus melaporkan barang tersebut sudah diterima. Dan disini juga terkadang terdapat *misscommunication* karena terkadang pihak pembeli lupa melaporkan sehingga pihak penjual belum bisa mendapatkan uang tersebut karena pihak *website* belum mendapatkan laporan dari pihak si pembeli.

Dengan ini tentunya suatu langkah untuk menghindari dari penipuan, wanprestasi serta ketidakpuasan pelanggan karena jika pelanggan masih merasa belum puas uang tersebut belum bisa di terima oleh pihak penjual. Maka dari itu pihak penjual harus memberikan pelayanan yang terbaik yang dimilikinya. Batas laporan bahwasanya barang sudah diterima adalah tiga hari selebihnya sudah dianggap barang telah diterima oleh pihak pembeli.

7. Memberikan uang ke penjual

Dalam tahap ini merupakan tahap akhir dari sistem bisnis *online* Toko Serba Oleh Oleh Malang. Jika semua pihak sudah melakukan sesuai dengan aturan maka si penjual akan menerima uang dari pihak *website*. Pihak *website* hanya mengambil tarif Rp 2.500,- /transaksi pemesanan dan biaya tersebut dibebankan kepada pembeli. Seperti hasil wawancara di bawah ini :

Welly Setyawan, "Pengambilan tarif oleh pihak *website* hanya Rp.2500,- mb pertransaksi dan pihak pembeli yang menanggungnya bukan penjual" Welly Setyawan, wawancara (Malang, 8 April 2016).

Apabila membicarakan tentang pelaksanaan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang maka akan sama halnya dengan teori yang di paparkan oleh Eko Indrajit tentang mekanisme.⁵³ Dengan mekanisme para penjual akan memiliki beberapa acuan dalam menjalankan bisnis *online* di antaranya yaitu :

1. *Information Sharing* merupakan suatu proses dalam transaksi jual beli. Dalam tahap ini pembeli akan melakukan *browsing* tentang produk yang akan dibeli. Disini pihak *website* atau perusahaan akan memberikan informasi mengenai produk tersebut. Dengan pemetaan data di atas sudah di sebutkan bahwasanya pihak dari toko Serba Oleh Oleh Malang melakukan tahap ini dengan memberikan informasi untuk para calon pembeli dengan pemberian data atau info produk dari penjual, dan pihak *website* yang mengolah informasi tersebut di dalam *website* toko Serba Oleh Oleh Malang.
2. *Online Orders* merupakan tahap pemesanan, dimana pembeli merasa tertarik dengan barang atau jasa yang ditawarkan. Dan disini pihak *website* akan

⁵³ Eko Indrajit , *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*,(Jakarta:PT.Elex Media Komputindo,2001) h.16

menyediakan beberapa informasi memadai berkaitan dengan produk yang akan di beli seperti tata cara pembeliannya, harga, ukuran secara jelas. Di toko Serba Oleh Oleh Malang sudah menyediakan secara lengkap tentang bagaimana calon pembeli bisa melakukan pemesanan. Disini pihak *website* sudah mencantumkan beberapa spesifikasi yang bisa di lihat untuk melakukan pemesanan diantaranya tentang harga, macam oleh-oleh, menggunakan jasa pengiriman seperti apa, ukuran seperti halnya berapa kilogram atau berapa bungkus, kota tujuan, alamat dan sebagainya dalam *website* ini sudah tertera jelas.

3. *Online Transaction* ini merupakan tahap proses perdagangan yang dilakukan secara *online*. Yang dimana terdapat proses tawar menawar antara penjual dan pembeli. Di toko Serba Oleh Oleh Malang dalam hal ini ketika sudah terjadi pemesanan maka pihak *website* akan mengelola pemesanan tersebut secara langsung tanpa adanya proses tawar menawar antara pihak penjual dan pembeli, di karenakan dalam transaksi ini pihak *website* tidak menyediakan fasilitas tersebut. Dan calon pembeli dalam tahap ini langsung melakukan persetujuan transaksi. Dalam transaksi *online* ini pihak penjual lah yang melakukan *packaging* serta pengiriman barang kepada pihak konsumen.
4. *E-payment* dalam tahap ini merupakan suatu sistem pembayaran yang dilakukan secara elektronik. Beberapa cara dalam *e-payment* yaitu di antaranya menggunakan (a) *Credit Card* dimana metode pembayaran ini menggunakan jasa lembaga keuangan yang menyediakan jasa secara kredit dan pihak *website* sudah menjalin hubungan dengan jasa lembaga keuangan tersebut. (b) *E-check* dimana pembayaran *online* dengan menggunakan cek secara elektronik bisa

melalui *e-mail*, dan *faximile*. Dalam hal ini *e-check* biasanya memuat semua informasi yang dibuat berdasarkan apa yang tertera pada cek sungguhan akan tetapi ini secara digital elektronik. (c) *Digital Cash* merupakan sistem pembayaran yang menggunakan uang digital. Melalui sistem *digital cash*, uang dapat di presentasikan ke dalam bentuk digit sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan. Di toko Serba Oleh Oleh Malang melakukan *e-payment* ini menggunakan *digital cash* dengan ini memudahkan pihak *website* untuk mengelola *payment*. Pihak *website* akan menerima terlebih dahulu uang yang ditransfer oleh pihak pembeli dan setelah pihak penjualan melakukan pengiriman dan pihak pembeli setelah menerima barang yang sudah di kirim pihak pembeli harus melapor kepada pihak *website* bahwa barang yang sudah di *order* sudah sampai. Setelah itu pihak *website* akan mengirim uang tersebut kepada penjual.

Dengan beberapa mekanisme pelaksanaan yang ada di toko Serba Oleh Oleh Malang toko *online* tentunya bisa dengan mudah dilaksanakan dan mempermudah para penjual dan pembeli bertemu dan melakukan transaksi jual beli *online* karena pihak *website* yang mempertemukan. Toko Serba Oleh Oleh Malang masuk dalam kategori jual beli *online* konsumen ke konsumen (*consumers to consumers*) disini pihak *website* toko Serba Oleh Oleh Malang menyediakan jasa sarana tukar menukar informasi jual beli *online* antara pihak penjual dan pembeli. Dengan ini membuat posisi pihak *website* dituntut untuk memberikan pelayanan perusahaan yang baik agar terjadi kesinkronan dan tujuan yang baik pula antara penjual dan pembeli.

C. Perspektif Masalah Terhadap Pelaksanaan Bisnis *Online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang

Masalah berarti mendatangkan kebaikan atau membawa kemanfaatan dan menolak kerusakan. Bisnis *online* sendiri sebenarnya tidak diperbolehkan menurut imam madzhab karena mereka sepakat bahwa jual beli barang yang tidak ada atau ada kemungkinan tidak ada itu tidak sah.⁵⁴ Akan tetapi dengan beberapa pengaruh perkembangan zaman dan teknologi bisnis *online* semakin mempunyai berbagai macam mekanisme dalam pelaksanaannya.

Bisnis *online* sudah tidak bisa di hilangkan dari kebiasaan masyarakat sekarang karena ini sudah menjadi suatu kebutuhan dan kebiasaan yang di lakukan oleh masyarakat sekarang. Mereka menganggap bisnis *online* sebagai tempat pengefisienan berbelanja mengenai waktu serta tempat dan tentunya tidak jarang harga barang *online* lebih miring di bandingkan *offline*, ini merupakan salah satu syarat mengapa bisnis *online* menjadi salah satu objek dari kaidah masalah itu sendiri.

Mengacu pada pelaksanaan bisnis *online* di toko Serba Oleh Oleh Malang hal tersebut tentunya dipengaruhi oleh kebutuhan untuk mempermudah, mengefisienkan dari waktu serta tempat menyebabkan bisnis *online* semakin mempunyai beragam bentuk pelaksanaan.

Seperti halnya toko Serba Oleh Oleh Malang mempunyai beberapa mekanisme seperti yang di paparkan di atas yaitu di antaranya sebagai berikut:

⁵⁴ Wahbah, Az-Zuhaili, *Fiqh Islam* 5, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 93

1. Langkah awal toko Serba Oleh Oleh Malang melakukan pengumpulan para penjual oleh oleh khas Malang untuk ikut bergabung dengan pihak *website*, setelah para pihak penjual menyetujui untuk bergabung dengan pihak *website* pihak toko Serba Oleh Oleh Malang akan memverifikasi segala kebutuhan seperti halnya memberikan *sub domain* dan juga verifikasi barang yang akan di perjualbelikan.
2. Para penjual mengisi informasi tentang barang-barang tersebut mengenai harga, ukuran, jasa yang digunakan dalam pengiriman dan sebagainya. Akan tetapi pihak *website* lah yang akan mengolah informasi tersebut di dalam *website*.
3. Para calon pembeli mencari informasi tentang barang yang akan di beli di *website* toko Serba Oleh Oleh Malang, setelah itu pembeli akan melakukan pemesanan.
4. Dalam hal pemesanan pihak *website* hanya mengolah informasi mempertemukan kebutuhan pihak penjual dan pembeli.
5. Setelah pembeli melakukan pemesanan, pihak pembeli melakukan pengiriman berupa *digital cash* kepada pihak *website*. Dan pihak penjual lah yang melakukan *packaging* beserta pengiriman barang yang tentunya dalam pengawasan pihak toko Serba Oleh Oleh Malang.
6. Setelah melakukan pengiriman pihak penjual akan mendapat *payment* dari pihak *website* jika pihak pembeli telah melaporkan kedatangan barang atau sudah menerima barang tersebut.

Dari beberapa langkah diatas masalah tentang bisnis *online* yang ada pada saat ini di perlukan perhatian khusus oleh beberapa kalangan. Dengan melakukan

penelitian tersebut peneliti melihat bahwasanya pelaksanaan bisnis *online* di toko Serba Oleh Oleh Malang masuk ke dalam masalah dalam segi tingkatannya yaitu al-Maslahah al-Tahsiniyah, (kepentingan-kepentingan pelengkap) yang jika tidak terpenuhi maka tidak akan mengakibatkan kesempitan dalam kehidupannya, sebab ia tidak begitu membutuhkannya, hanya sebagai pelengkap atau hiasan hidupnya.⁵⁵ Sifatnya pelengkap berupa keluasan yang dapat melengkapi kemaslahatan. Misalnya, dianjurkan memakan makanan yang bergizi dan lain lain. Masalah ini sering pula disebut sebagai masalah takmiliah, yaitu masalah jenis ini sifatnya untuk memelihara kebagusan dan kebaikan budi pekerti serta keindahan saja. Masalah yang dikategorikan kepada masalah tahsiniyah ini bersifat hanya untuk kebaikan dan kesempurnaan, sekiranya tidak dapat diwujudkan dan dicapai oleh manusia tidaklah sampai menyulitkan dan merusak tatanan kehidupan mereka. Tetapi ia dipandang penting dan dibutuhkan. Dalam praktiknya dan usaha untuk mewujudkan dalam kehidupan bisa saja terjadi benturan di antara ketiga bentuk masalah yang disebutkan diatas.⁵⁶

Pelaksanaan bisnis *online* di toko Serba Oleh Oleh Malang merupakan suatu terobosan baru dimana dengan cara ini mendatangkan beberapa keuntungan yaitu mempermudah dalam pemesanan barang dan penjual berkumpul pada satu alamat *website* dimana para calon pembeli lebih mudah dalam mengaksesnya atau mencarinya. Dengan jasa *website* ini para pelaku jual beli bisa dengan mudah saling bertemu dan melakukan transaksi jual beli yang mengandung masalah bagi setiap

⁵⁵ Muhammad Abu Zahrah, *Ushul al-Fiqh*, terj. Sarfullah Ma'shum.et al., *Ushul Fiqih* cet 9, (Jakarta : Pustaka Firdaus, 2005) h.426

⁵⁶ Digilib.uinsby.ac.id "Bab II Pembahasan Tentang Masalahah"(diunduh 24 Juli 2016) h.24

pihak. Setelah itu dalam hal *payment* tentunya diperlukan beberapa kehatian-hatian dalam hal ini pihak *website* bertanggungjawab mengatur alur *payment* sehingga bisa terjamin keamanannya.

Dengan cara bisnis *online* di toko Serba Oleh Oleh Malang tentunya dari tujuan jual beli secara syara' akan bisa terealisasi. Hukum jual beli barang tidak ada merupakan salah jual beli yang dianggap fasiq, akan tetapi dengan beberapa pengaruh perkembangan zaman seperti kota Malang menjadi kota yang dinamis dalam perekonomiannya dan juga perkembangan teknologi yang semakin dirasa mempengaruhi gaya hidup di zaman sekarang tentunya sistem mekanisme bisnis *online* di toko Serba Oleh Oleh Malang menjadi jalan masalah mursalah dalam pelaksanaan bisnis *online* pada *era* sekarang. Tentunya dengan adanya suatu terobosan baru seperti ini bisa menjadikan kota Malang akan semakin terkenal dengan produk-produk oleh oleh khas Malang baik Nasional maupun Internasional dikarenakan bisnis *online* menjadi jalan pempromosian yang pengaruhnya perlu untuk diperhitungkan.

Dengan ini isnis *online* di toko Serba Oleh Oleh Malang termasuk dalam *al-Maslahah al-Tahsiniyah* (kepentingan-kepentingan pelengkap) dimana yang jika tidak terpenuhi maka tidak akan mengakibatkan kesempitan dalam kehidupannya, sebab ia tidak begitu membutuhkannya, hanya sebagai pelengkap atau hisasan hidupnya.⁵⁷ Bisnis *online* di toko Serba Oleh Oleh Malang merupakan suatu terobosan baru karena memiliki beberapa pengaruh di mulai perkembangan

⁵⁷ Muhammad Abu Zahrah, *Ushul al-Fiqh, terj. Sarfullah Ma'shum.et al., Ushul Fiqih* cet 9, (Jakarta : Pustaka Firdaus, 2005) h.426.

teknologi dan perekonomian kota Malang sendiri karena dengan jalur pelaksanaan bisnis *online* pelengkap ini menjadikan suatu transaksi jual beli lebih mudah dilaksanakan dan lebih bisa membantu seseorang melakukan transaksi jual beli. Tetapi bisnis *online* bisa masuk kedalam *al-Maslahah al-Hijjiyah*, (kepentingan-kepentingan esensial di bawah derajatnya *al-maslahah daruriyyah*), namun diperlukan dalam kehidupan manusia agar tidak mengalami kesukaran dan kesempitan yang jika tidak terpenuhi akan mengakibatkan kesempitan dan kesukaran baginya dalam hal ini jika dalam kasus pembelian komponen-komponen elektronik untuk sebuah pembuatan alat elektronik yang dimana transaksi pembeliannya harus dilakukan dalam rana Internasional karena memang barang tersebut tidak ada di Indonesia. Pelaksanaan bisnis *online* di toko Serba Oleh Oleh Malang masuk kedalam ruang lingkup *consumers to consumers* dimana penjual dan pembeli bertemu dan bertransaksi dengan memanfaatkan internet tentunya jalan ini menjadikan masalah bagi pembeli dan penjual karena pihak *website* menyediakan jasanya untuk mempermudah melakukan transaksi bisnis *online*.

Di lihat dari pengertian masalah toko Serba Oleh Oleh Malang merupakan suatu terobosan baru atau sebagai salah satu cara bisnis *online* agar bisa bermanfaat antara berbagai pihak tentunya pihak penjual dan pembeli. Para pelaksana bisnis *online* dengan mudah dalam mengakses karena ada pihak kedua yang mengatur dan mengawasi berjalannya bisnis *online* tersebut. Serta pihak *website* juga mau bertanggungjawab mengenai keamanannya dengan cara melakukan verifikasi polisi *online* serta mengatur *payment* dengan cara tidak memberikan uang tersebut kepada penjual terlebih dahulu sebelum pengirim melaporkan barangnya sudah sampai.

Hal ini mempermudah serta menjadi suatu langkah baru agar bisnis *online* bisa mendapatkan kepercayaan kembali dan menjadi masalah bagi setiap yang menjalankan. Sehingga ketidakbolehan pelaksanaan bisnis *online* dengan beberapa alasan atau masalah, dengan melakukan penelitian yang dilakukan peneliti di toko Serba Oleh Oleh Malang di *era* sekarang bisa di jadikan sebuah studi atau acuan dan masalah mursalah memperbolehkan transaksi bisnis *online* dengan beberapa syarat pelaksanaan yang sudah di paparkan diatas.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Bisnis *online* di toko Serba Oleh Oleh Malang termasuk pada jenis *consumers to consumers*. Dimana pihak pelayan *website* yang mengatur berjalan bisnis *online* tersebut dan pihak penjual pembeli bergabung dalam *website* tersebut dan memnfaatkan jasa internet untuk melakukan transaksi bisnis *online* berikut pelaksanaan bisnis *online* di toko Serba Oleh Malang diantaranya :
 - a. Memasukkan informasi oleh penjual mengenai informasi barang dan di olah oleh pihak *website*.
 - b. Pembeli mencari informasi dan melakukan pemesanan.
 - c. Pihak *website* meninformasikan ada atau tidaknya barang yang dipesan.

- d. Pihak *website* menginformasikan barang-barang yang dipesan.
 - e. Pembeli melakukan pembayaran kepada pihak *website*.
 - f. Penjual melakukan *packging* dan pengiriman.
 - g. Pembeli menginformasikan bahwa barangnya sudah diterima.
 - h. Pihak *website* memberikan uang ke penjual setelah mendapatkan informasi penerimaan barang.
2. Pelaksanaan bisnis *online* di Toko Serba Oleh Oleh Malang diperbolehkan menurut perspektif masalah, dan masuk ke dalam masalah al-Tahsiniah dikarenakan sebagai berikut :
- a. Mempermudah pihak penjual dan pembeli bertemu dan melakukan transaksi bisnis *online* karena pihak *website* telah membuat komunitas atau alamat yang mudah dituju (*website*).
 - b. Keamanan *payment* terjamin karena ada pihak yang mengatur dan bertanggung jawab terhadap proses *payment* tersebut yaitu pihak *website* itu sendiri, serta terdapat polisi *online* yang mensertifikasi *website* tersebut sehingga kepercayaan konsumen tentang keamanan bisnis *online* sudah tidak diragukan lagi.
 - c. Adanya pihak ketiga (*website*) yang mengontrol dan tentunya bertanggung jawab dalam berjalannya transaksi bisnis *online* tersebut.
 - d. Sebagai suatu pelaksanaan bisnis *online* di kota Malang dengan terobosan baru yang memberi kemanfaatan bersama serta dapat meminimalisir suatu permasalahan bisnis *online* yang ada pada saat ini dan pelaksanaan bisnis *online* tersebut dipandang penting dan dibutuhkan untuk dijadikan acuan bagi

pelaksana bisnis *online* lainnya khususnya pelaksana bisnis *online* di kota Malang.

B. Saran

1. Diperlukan data elektronik berupa nota elektronik yang ditandatangani oleh semua pihak untuk bukti keabsahan dan kesediaan untuk menjalankan hak dan kewajiban yang dimana bisa dikirim melalui fax, email dan *social media*.
2. Perlu adanya sosialisasi untuk para UKM dari pemerintah untuk menghadapi MEA (masyarakat ekonomi ASEAN) tentang pelaksanaan bisnis *online* yang baik karena *website* telah menjadi salah satu etalase jual beli jarak jauh untuk meningkatkan jual beli internasional serta sebagaimana untuk sarana mengurangi biaya pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin. Muhammad, 2008, *Sifat Perniagaan Nabi*, Bogor : Pustaka Darul Ilmi
- Arkanto. Saharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* ,Jakarta: Rineka Cipta.
- Az-Zuhaili. Wahbah, 2011, *Fiqh Islam 5*, Jakarta: Gema Insani.
- Baratullah. Abdul Hakim dan Teguh Prasetyo, 2005, *Bisnis E-commerce Study System Keamanan dan Hukum Indonesia*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Eprints.walisongo.ac.id (di unduh 24 Februari 2016).
- Friska Muthi Wulandari., “*jual beli online yang aman dan syar’i (studi terhadap pandangan pelaku bisnis online di kalangan mahasiswa dan alumni fakultas Syari’ah dan hukum UIN Sunan Kalijaga)*”.LTA S1 Kearsipan Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.
- H.S. Salim, 2003, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta : Sinar Grafika.
- Haq. Hamka, 2007, *Al-Syathibi Aspek Teologi Konsep Maslahah dalam Kitan Al-Muwafaqat*, Jakarta : Erlangga
- Hakim. Lukman, 2012, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Ibrahim. Johnny, 2010, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Indrajit. Eko, 2001, *E-commerce Kiat Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta : PT. Elex Media.
- Kenneth C. Laudon dkk, 2007, *Sistem Informasi Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat.
- Khallaf. Abdul Wahhab, 2002, *Kaidah-Kaidah Hukum Islam Ilmu Ushulul Fiqh*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Marzuki. Peter Mahmud, 2005, *Penelitian Hukum (edisi revisi)* Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Muslich. Ahmad Wardi, 2010, *Fiqh Muamalat*, Jakarta : Amzah

- Muhadjir. Noeng, 1996, *Metodologi Penelitian Kualitatif* , Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Nasution. S, 1998, *Metode Penelitian Naturalistic Kualitatif*, Bandung: Tarsito.
- P. Panggih dan Dwi Atmojo, 2002, *Internet untuk Bisnis*, Yogyakarta: Dirkomnet Training.
- Purba, Onno W dan Aang Arid Wahyudi, 2001, *Mengenal E-commerce*, Jakarta : PT.Elex Media Komputindo.
- Sabiq. Sayyid, 2009, *Fiqh al-Sunnah*, Mesir : Dar al-Fath.
- Suhendi. Hendi, 2002, *Fiqh Muamalah*, Jakarta : PT RajaGarafindo Persada.
- Subekti. R, 1995 ,*Aneka Perjanjian*, Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Syafei. Rachmat, 2001, *Fiqh Muamalah*, Jakarta : CV. Pustaka Setia.
- Syafei. Rachmat, 2015, *Ilmu Ushul Fiqh*, Bandung : Pustaka Setia.
- Syarifuddin. Amir, 2008, *Ushul Fiqh*, Jakarta : Kencana.
- Ustadiyanti. Rieyke, 2002, *Framework E-Commerce*, Yogyakarta : ANDI.
- Wawancara Project leader toko Serba Oleh Oleh Malang. 8 April 2016.
- Zahrah. Muhammad Abu, 2005, *Ushul al-Fiqh, terj. Sarfullah Ma'shum.et al., Ushul Fiqih* cet 9, Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Digilib.uinsby.ac.id “Bab II Pembahasan Tentang Maslahah”(diunduh 24 Juli 2016) .
- Abbas Arfan, “*Maslahah dan Batasan-Batasannya Menurut Al-Buthi (analisis kitab dlawabith al-Maslahah fi al-Syari'ah al-Islamiyyah)*”, Jurnaldejure Syari'ah dan Hukum Volume 5 Nomor 1, (Juni 2013).
- Koran Radar Malang (edisi 29 Januari 2016).
- Maxmanroe.com (di unduh 30 Juni 2016).
- Polisionline.com
- Probisnis.net (di unduh 30 Juni 2016).
- Punyaku.web.id (di unduh 11 Februari 2016).

Record Wawancara 8 April 2016.

Serbaoleholeh.com

Hotfrog.co.id (di unduk 23 Maret 2016).





DOKUMENTASI



Gambar : Pada saat peneliti dan *project leader* saling berinteraksi tanya jawab saat melakukan wawancara penelitian.

hotfrog.co.id

f

g+

t

p

in

e

Situs jual beli online khusus produk oleh-oleh dan barang khas Nusantara. www.serbaoleholeh.com Serbaoleholeh adalah situs social commers pertama dan satu-satunya toko online khusus makanan dan barang khas daerah dari seluruh Nusantara. Kami berkomitmen untuk menjangkau Penjual dari seluruh penjuru Nusantara dan mempertemukannya dengan para penikmat makanan dan barang khas di wilayah nusantara, serta memberikan wawasan luas kepada anda akan banyaknya variasi makanan dan barang khas dari berbagai wilayah di nusantara serta memastikan kedua belah pihak tersebut dapat melakukan proses jual beli secara aman, mudah dan nyaman. Buka Toko di Serbaoleholeh Kami menyediakan toko online secara gratis lengkap seperti management toko, etalase produk, hingga transaksi. Penjual bisa langsung memiliki toko online dengan segala kelengkapannya mulai dari sub-domain dan tools ecommerce. Perluas lingkup usaha Anda Manfaatkan jaringan yang luas di Serbaoleholeh untuk meningkatkan penjualan toko anda karena banyaknya kunjungan orang yang melihat etalase anda sehingga pasar-pasar baru akan terbuka lebar. Tracking Order Serbaoleholeh telah terintegrasi dengan agen pengiriman besar sehingga memudahkan Penjual dan Pembeli memantau status pengiriman barang. Garansi transaksi AMAN Dengan menyediakan fitur rekening

hotfrog.co.id

bersama secara gratis, akan membuat seluruh transaksi menjadi Aman. Dan hal ini menjadikan para pemilik toko lebih dipercaya pelanggan karena seluruh pembayaran akan Kami urus. Pun demikian Serbaoleholeh akan terus mengupayakan kebijakan-kebijakan yang nantinya bisa menjadikan setiap transaksi lebih aman lagi. Mempermudah pengelolaan Serbaoleholeh akan membantu upaya verifikasi seluruh pembayaran sehingga Penjual tidak perlu lagi memilah antara pemesanan yang valid dengan yang tidak valid.

Peta

Peta

Satelit

Gambar : profil toko Serba Oleh Oleh Malang di Hotfrog.



Gambar : Radar Malang edisi 29 Januari 2016 (tentang salah satu contoh masalah bisnis *online* yang terjadi di kota Malang)



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARI'AH

Terakreditasi "A" SK BAN-PT Depdiknas Nomor :013/BAN-PT/Ak-
X/S1/VI/2007

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 551354 Fax. (0341) 572533

BUKTI KONSULTASI

Nama : Jiwati Arum
NIM : 12220136
Pembimbing : Dr. Fakhruddin., M.H.I.
NIP : 19740819 200003 1 002
Judul : Pelaksanaan Bisnis *Online* di kota Malang dalam Perspektif Masalahah
Mursalah (Studi di Toko Serba Oleh Oleh Malang)

No.	Tanggal	Uraian	Tanda Tangan
1.	16 Februari 2016	Proposal Penelitian	
2.	25 Februari 2016	Revisi Bab I , II & III	
3.	8 April 2016	Persetujuan Penelitian	
4.	28 April 2016	Bab I - V	
5.	30 April 2016	Revisi Bab I - V	
6.	30 Mei 2016	Abstrak	
7.	31 Mei 2016	Revisi Sistematika Penulisan	
8.	1 Juni 2016	Revisi Abstrak	
9.	3 Juni 2016	Revisi Kesimpulan	
10.	6 Juni 2016	ACC Keseluruhan	

Mahasiswa yang bersangkutan telah selesai menjalani bimbingan skripsi dan telah memenuhi jumlah SKS yang dipersyaratkan untuk dapat mengikuti ujian skripsi.

Malang, 06 Juni 2016
Mengetahui
a.n Dekan
Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah

Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H., M.Ag
NIP 19691024 199503 1 003

HASIL WAWANCARA

JA: Toko Serba Oleh Oleh Malang ini sejenis toko *online* yang seperti apa mas?

WS: Serba Oleh-Oleh ini sejenis Tokopedia, BukaLapak mb.

JA: Seperti apa ya mas lebih jelasnya?

WS : ini toko *online* dengan macam *consumers to consumers* mb jadi pihak *websitelah* yang menyediakan jasa toko tapi secara *online* jadi istilahnya orang yang ingin menyewa toko secara *online* kami punya disini, kami juga tidak menyediakan *packging* dan pengiriman kami hanya penghubung penjual dan pembeli jadi kami menyediakan aturan mengenai kegiatan bisnis *online* kami jika pihak penjual dan pembeli menyetujui akan hal tersebut.

JA : jadi yang sepenuhnya mengelola pihak penjual ya mas?

WS : iya mb, penjualah yang mengurus toko *online* tersebut.

JA : pihak Toko Serba Oleh-Oleh Malang tugas nya apa aja ya mas?

WS : pihak kami hanya mengurus dibagian *payment* saja mb.

JA : alasan kenapa buka di Malang kenapa mas?

WS : karena banyak oleh-olehnya mb tentunya, karena menurut kami Malang merupakan salah satu kota yang banyak kerajinan tangannya dan oleh-oleh kayak keripik dari berbagai macam buah keripik tempe singkong, ubi ungu, tentunya kalau orang berwarisata yang dicari oleh-oleh kan mb, oleh karena itu kami merasa potensi ini harus dimanfaatkan dengan membuka bisnis *online* khusus oleh-oleh ini mb agar orang yang tidak bisa berwarisata ke Malang tapi tetap bisa menikmati oleh-olehnya khas Malang nya.

JA : bagaimana cara penjual bisa bergabung dengan Toko Serba Oleh-Oleh Malang ini mas?

- WS : harus konfirmasi mb saat mau membuka toko *online* dan barang yan dijual juga harus diverifikasi oleh pihak Toko Serba Oleh Oleh Malang mb
- JA : bagaimana ya mas cara verifikasi barang tersebut apa samean datang satu satu ke toko penjual *offline*?
- WS : gak lah mb tapi kadang kami bisa melihat dari testimony sebelumnya karena ada rating disitu mb jadi pembeli bisa melihat sendiri, serta foto yang dikirim pihak penjual disitu sudah bisa di lihat kok mb pihak kami punya cara sendiri untuk itu, tapi terkadang ada pihak penjual datang ke kantor kami yang mau tapi ga mungkin bawa semua ya cuma sampel biasanya kami bisa melihat dari itu mb.
- JA : jadi pihak penjual tugasnya apa aja ya mas?
- WS : informasi produk, layanan *packging* melakukan pengiriman.
- JA : dan *website* mas?
- WS : *payment*, penyedia *website*, syarat ketentuan makanan, barang dan lain lain, pengecekan barang sampai atau belum dan mengelola *website*.
- JA : ada berapa ya mas penjual yang sudah masuk di Toko Serba Oleh Oleh Malang?
- WS : untuk setahun ini masih 100 an lebih mb. Karena kami baru buka mb untuk setahun ini.
- JA : apa yang dilakukan pihak *website* dalam menjaga keamanan mas mungkin langkah-langkahnya?
- WS : pertama pihak pihak Serba Oleh Oleh Malang sudah terintegrasi dengan pihak jasa pengiriman untuk harga pengiriman *link* nya sudah banyak jadi pihak kami dengan mudah mengontrol tidak ada tipu-tipu, kami juga ikut dengan polisi *online* dan kami sudah mendapatkan verifikasi polisi *online* tersebut. Dan polisi langsung memberi verifikasi tersebut ke *website* toko Serba Oleh Oleh Malang.
- JA : dari selama bisnis *online* ini ada masalah ga mas?

WS : Alhamdulillah sih ga ada mb karena kami sudah mengatur sedemikian rupa jadi tidak sedemikian ini, eh tapi mungkin itu terkadang si pembeli lupa tidak konfirmasi kedatangan barang jadi kami tidak bisa mengirim uang ke penjual karena kami tidak bisa ngasih uangnya sebelum ada konfirmasi dari pihak pembeli apakah barangnya sudah datanga tau belum karena itu salah satu langkah kami dalam menjaminkan keamanan kami mb. Jadi pihak penjual tidak bisa berbohong karena *payment* masuk ke rekening kami dan kami yang mengaturnya.

JA : jadi jika ada komlplain pihak mana yang mas yang mengurus?

WS : pihak kami mb selama masih bisa kami urus kami yang mengurusnya tapi jika memang sudah ruet dan pihak penjual yang bersalah kami berikan kepada pihak penjual yang mengurusnya.

JA : pihak *website* mengambil tariff berapa ya mas dalam pertransaksinya?

WS : kami hanya mengambil Rp. 2.500,-/transaksi.

NB :

JA = **Jiwati Arum (selaku peneliti)**

WS = **Welly Setyawan (selaku subjek penelitian)**

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

A. Nama : Welly Setyawan
B. NIP : 2541-2012-01513
C. Jabatan : Project Leader
D. Unit : Serbaoleholeh.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

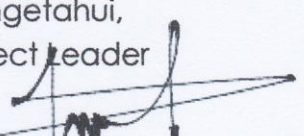
Nama : Jiwati Arum
NIM : 12220136

Judul Penelitian : PELAKSANAAN BISNIS ONLINE DI KOTA MALANG DALAM
PERSPEKTIF MASLAHAH MURSALAH (STUDI DI TOKO SERBA OLEH
OLEH MALANG)

Mahasiswa Program Studi S1 Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang bersangkutan benar-benar telah diterima di Toko Serba Oleh Oleh Malang untuk melaksanakan penelitian.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Malang, 8 April 2016
Mengetahui,
Project Leader



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama: Jiwati Arum

Tempat / Tanggal Lahir: Malang, 01 Agustus 1994

Jenis Kelamin: Perempuan

Agama: Islam

Alamat : Dsn. Dempok RT 16/ RW 02 Gampingan Pagak
Kabupaten Malang

Nomor Telepon : 085335408242

Riwayat Pendidikan : 1. SDN 04 Gampingan : Tahun 2000-2006
2. SMPN 03 Kepanjen : Tahun 2006-2009
3. SMKN 01 Kepanjen : Tahun 2009-2012

DATA ORANG TUA

Nama Ayah: Sarimun

Tempat / Tanggal Lahir: Malang, 15 Desember 1969

Pekerjaan: Pedagang

Agama: Islam

Alamat : Dsn. Dempok RT 16/ RW 02 Gampingan Pagak
Kabupaten Malang

Nama Ibu : Siti Romiyeh

Tempat / Tanggal Lahir : Malang, 03 November 1971

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Alamat : Dsn. Dempok RT 16/ RW 02 Gampingan Pagak
Kabupaten Malang

