

**PRAKTIK PENGEMBALIAN BARANG SEBAGAI *RESELLER*
MARKETPLACE YANG TIDAK SESUAI EKSPEKTASI
(Studi Kasus di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Syariah IAIN Purwokerto untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H.)**

Oleh :
**SINTA MIFTAKHUL JANNAH
NIM. 1522301087**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Sinta Miftakhul Jannah
NIM : 1522301087
Jenjang : S-1
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syari'ah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **“Pratik Pengembalian Barang Sebagai Reseller Marketplace yang Tidak Sesuai Ekspektasi (Studi Kasus di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto)”** ini secara keseluruhan adalah murni penelitian/karya tulis saya pribadi. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari pernyataan saya terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 12 Maret 2021
Saya yang Menyatakan,



Sinta Miftakhul Jannah
NIM. 1522301087

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

**PRAKTIK PENGEMBALIAN BARANG SEBAGAI *RESELLER*
MARKETPLACE YANG TIDAK SESUAI EKSPEKTASI
(Studi Kasus di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto)**

Yang disusun oleh **SINTA MIFTAKHUL JANNAH (NIM. 1522301087)** Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syaria'ah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal 7 April 2021 Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Hukum (S.H.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Disetujui oleh:

Penguji I/ Ketua Sidang



Dr. H. Ansori, M.Ag.

NIP. 19650407 199203 1 004

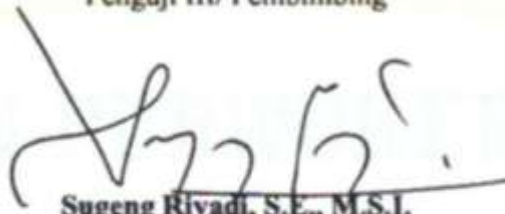
Penguji II/Sekretaris Sidang



Agus Sunarvo, S.H.I., M.S.I.

NIP. 19790428 200901 1 006

Penguji III/ Pembimbing



Sugeng Rivadi, S.E., M.S.I.

NIP. 19820730 201503 1 00 1

Purwokerto, 20 April 2021

Diketahui Oleh:

Dekan Fakultas Syariah



Dr. Supani, S.Ag., M.Ag.

NIP. 19700705 200312 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Munaqosyah Sdr.i Sinta Miftakhul Jannah
Lampiran : 1 Eksemplar

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah
IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa:

Nama : Sinta Miftakhul Jannah
NIM : 1522301087
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syari'ah
Judul : Praktik Pengembalian Barang sebagai *Reseller Marketplace* yang tidak Sesuai Ekspektasi (Studi Kasus di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto)

Sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto agar skripsi mahasiswa tersebut dapat diuji munaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.).

Demikian, atas perhatian Bapak, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Purwokerto, 12 Maret 2021
Pembimbing,



Sugeng Riyadi, S.E., M.S.I.
NIP. 19820730 201503 1 00 1

MOTTO

“Sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi manusia lain”
(H.R. Ahmad)



**PRAKTIK PENGEMBALIAN BARANG SEBAGAI *RESELLER*
MARKETPLACE YANG TIDAK SESUAI EKSPEKTASI
(Studi Kasus di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto)**

**Sinta Miftakhul Jannah
1522301087**

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi atas ketertarikan meneliti mengenai praktik pengembalian barang sebagai *reseller marketplace* yang tidak sesuai ekspektasi di Toko Rumah Fadila Purwokerto, karena berdasarkan data peneliti, sering terjadi salah paham saat pembeli melakukan proses transaksi jual beli secara *online* pada *marketplace*. Praktik pengembalian ini tidaklah mudah dilakukan oleh penjual jika terdapat kekurangan pada suatu barang dikarenakan belum adanya kesepakatan antara pembeli dengan penjual sebagai *reseller marketplace* pada saat awal bertransaksi. Hal ini menjadi penyebab timbulnya rasa kekecewaan dan kerugian oleh penjual yang posisinya sebagai *reseller* dan merasa dirugikan dari adanya praktik pengembalian barang yang tidak sesuai ekspektasi.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*). Sumber data yang digunakan sumber data primer dari subjek penelitian dan sumber sekunder yang diperoleh dari literatur-literatur yang dapat menunjang kajian penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode triangulasi, triangulasi adalah suatu cara mendapatkan data yang benar-benar absah dengan menggunakan pendekatan metode ganda, kemudian teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa praktik jual beli di Toko Rumah Fadila Purwokerto sah karena memenuhi syarat dan rukun jual beli. Namun, jika jual beli telah dilakukan dan pembeli telah mengetahui adanya cacat pada barang tersebut, maka tidak ada lagi *khiyār* setelahnya. Alasannya ia telah rela dengan kondisi barang tersebut. Namun, jika pembeli belum mengetahui cacat barang tersebut mengetahuinya setelah akad, maka pembeli dapat mengadakan *khiyār aib* antara mengembalikan barang atau meminta pengurangan harga sesuai dengan keadaanya yang cacat

Kata Kunci : Jual Beli *Online*, *Khiyār*, *Retur*, *Marketplace*.

**PRACTICES OF RETURNING GOODS AS A RESELLER MARKETPLACE
THAT DOES NOT COMPLY WITH THE EXPECTATION
(A Case Study at the Fashion Shop Rumah Fadila Purwokerto)**

**Sinta Miftakhul Jannah
1522301087**

Abstract

This research is motivated by an interest in researching the practice of returning goods as a marketplace reseller that does not match expectations at the Rumah Fadila Purwokerto Shop, because based on research data, there are often misunderstandings when buyers process online buying and selling transactions on the marketplace. This return practice is not easy for the seller to do if there is a shortage in an item because there is no agreement between the buyer and the seller as a marketplace reseller at the time of the initial transaction. This is the cause of disappointment and loss by sellers who are resellers and feel aggrieved by the practice of returning goods that do not match expectations.

This research type is field research. The data source used is primary data sources from research subjects and secondary sources obtained from literature that can support research studies. Data collection methods used in this research are observation, interview, and documentation methods. The data analysis technique used in this research is the triangulation method, triangulation is a way of obtaining data that is truly valid by using a dual method approach, then the data analysis technique used is descriptive qualitative analysis.

The results of this study indicate that the practice of buying and selling at the Rumah Fadila Purwokerto shop is legitimate because it meets the requirements and is compatible with buying and selling. However, if the sale and purchase has been carried out and the buyer has noticed a defect in the item, there will be no more *khiyār* after that. The reason is he has been willing to the condition of the item. However, if the buyer does not know that the defective item knows about it after the contract, then the buyer can make a disgrace *khiyār* between returning or asking for a price reduction in accordance with the defective condition.

Keywords: Buying and Selling Online, *Khiyār*, Returns, Marketplace.

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat, nikmat dan ridha-Nya dan doa dari orang-orang tersayang, sehingga tugas skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa syukur dan bahagia, saya persembahkan karya skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Kuat Santoso dan Ibu Martuti Iriani
2. Saudara kandung saya, Rama Abdul Firdaus, Lesmana Iqhbal Permana, dan Gilang Bagus Satrio.
3. Almamater IAIN Purwokerto
4. Fakultas Syariah IAIN Purwokerto
5. Perpustakaan IAIN Purwokerto
6. Pembimbing skripsi, Bapak Sugeng Riyadi, S.E., M.S.I.

IAIN PURWOKERTO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥ	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
سین	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain'	Koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal pendek, vokal rangkap dan vokal panjang.

1. Vokal Pendek.

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	<i>Fathah</i>	<i>Fathah</i>	A
— /	<i>Kasrah</i>	<i>Kasrah</i>	I
و —	<i>Ḍamah</i>	<i>Ḍammah</i>	U

2. Vokal Rangkap.

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis
<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i	بَيْنَكُمْ	<i>Bainakum</i>
<i>Fathah dan Wawu</i>	Au	a dan u	وَشَرَوْهُ	<i>Wa syarauhu</i>

3. Vokal Panjang.

Maddah atau vokal panjang yang lambing nya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

<i>Fathah</i> + alif ditulis ā	Contoh بِالْبَاطِلِ ditulis <i>bil-bāṭili</i>
<i>Kasrah</i> + ya' mati ditulis ī	Contoh الَّذِينَ ditulis <i>al-lazīna</i>
<i>Dammah</i> + wawu mati ditulis ū	Contoh وَكَانُوا ditulis <i>wa kānū</i>

C. Ta' Marbūṭah

1. Bila di akhir kata dimatikan, ditulis h:

مَعْدُودَةٌ	Ditulis <i>ma'dūdah</i>
الْحَصَاةُ	Ditulis <i>al-Ḥaṣah</i>

D. Syaddah (Tasydīd)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

يَجْرِمَنَّكُمْ	Ditulis <i>yajrimannakum</i>
مُسَمَّى	Ditulis <i>musamman</i>

E. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya, baik diikuti huruf *syamsiyah* maupun huruf *qomariyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

الْبَيْعِ	Ditulis <i>al-bai'u</i>
الْحَقِّ	Ditulis <i>al-ḥaqqā</i>
المضامين	Ditulis <i>al-muḍāmīn</i>
المحاولة	Ditulis <i>al-muḥāqolah</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

الزَّهِّدِينَ	Ditulis <i>az-zāhidīn</i>
النَّاسِ	Ditulis <i>an-nāsi</i>

F. Hamzah

Hamzah yang terletak di akhir atau di tengah kalimat ditulis apostrof.

Sedangkan hamzah yang terletak di awal kalimat ditulis alif.

أموالكم	Ditulis <i>amwālakum</i>
شَهَادَةٌ	Ditulis <i>syuhadā'</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah kita panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada kita semua. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi agung Muhammad SAW, utusan Allah yang telah memberikan suri-tauladan yang baik bagi umatnya.

Dengan penuh hormat dan rasa syukur atas karunia dan bimbingan-Nya sehingga penulis mampu menulis dan menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Praktik Pengembalian Barang sebagai *Reseller Marketplce* yang Tidak Sesuai Ekspektasi (Studi Kasus di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto)” merupakan sebuah karya ilmiah yang penulis buat dari berbagai sumber serta dengan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. Moh Roqib, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. Dr. Supani, S. Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
3. Dr. Achmad Siddiq, M.H.I., M.H., selaku Wakil Dekan I Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
4. Dr. Hj. Nita Triana, S.H., M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
5. Bani Syarif Maula, M.Ag., LL.M., selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

6. Agus Sunaryo, S.H.I, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
7. Sugeng Riyadi, S.E., M.S.I., selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas ilmu, waktu, serta bimbingan yang diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap Dosen Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada peneliti.
9. Segenap Civitas Akademika Institut Agama Islam Negeri Purwokerto khususnya Fakultas Syariah yang telah membantu kelancaran urusan mahasiswa.
10. Segenap Staf dan Karyawan Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
11. Orang tua tercinta, Bapak Kuat Santoso dan Ibu Martuti Iriani. Terimakasih atas segala dukungan, motivasi dan doa yang selalu diberikan.
12. Saudara-saudaraku, Rama Abdul Firdaus, Lesmana Iqhbah Permana, Yudhistira Gilang Bagus Satrio, Andhika Hertas Pratiwi.
13. Teman-teman HES B angkatan 2015. Terimakasih atas segala kenangan, motivasi dan kebersamaan saat menuntut ilmu di IAIN Purwokerto.
14. Toko Rumah Fadila Purwokerto yang sudah mengizinkan dan memberikan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian.
15. Sahabat-sahabatku, ADFUNTS PROJECT, Triani Pandhu S, Uswatun Casanah, Ayu Meilani W, Novenda Khintan F, Desiana Nur A., dan Fela Sifa.
16. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih banyak untuk kalian semua.

Ucapan terimakasih penulis mungkin tidak cukup untuk membalas segala kebaikan para pihak yang telah diberikan untuk penulis. Namun, penulis doakan semoga Allah SWT lah yang akan memberi balasan kelak, dengan balasan yang lebih baik.

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun terhadap segala kekurangan penulisan skripsi ini demi penyempurnaan lebih lanjut. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan para pembaca. Amiin.

Purwokerto, 12 Maret 2021

Penulis,



Sinta Miftakhul Jannah

NIM. 1522301087

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK (Bahasa Indonesia)	vi
ABSTRACT (Bahasa Inggris)	vii
PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	7
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
E. Kajian Pustaka	10
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II : KAJIAN TEORI	
A. Akad Jual Beli.....	16
1. Pengertian Akad Jual Beli	16
2. Dasar Hukum Akad Jual Beli	18
3. Hukum Jual Beli.....	21
4. Rukun dan Syarat Jual Beli	22
5. Macam-macam Jual Beli	25
B. <i>Khiyār</i> dalam Jual Beli.....	27
1. Pengertian <i>Khiyār</i>	27

2. Dasar Hukum <i>Khiyār</i>	29
3. Macam-macam <i>Khiyār</i>	34
4. <i>Khiyār</i> dalam Akad Jual Beli	39
C. <i>Reseller Marketplace</i>	41
1. Pengertian <i>Reseller</i>	41
2. Pengertian <i>Marketplace</i>	43
3. Dasar Hukum sebagai <i>Reseller Marketplace</i>	45
4. Jenis-Jenis <i>Marketplace</i>	48
5. Metode <i>Display Marketplace</i>	50
6. Metode Pembayaran pada <i>Marketplace</i>	52
7. Metode Pengembalian pada <i>Marketplace</i>	54

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	58
B. Pendekatan Penelitian	59
C. Tempat dan Waktu Penelitian	60
D. Sumber Data Penelitian.....	61
1. Sumber Data Primer	61
2. Sumber Data Sekunder.....	62
E. Teknik Pengumpulan Data	63
1. Observasi	64
2. Wawancara	65
3. Dokumentasi	67
F. Teknik Analisis Data	67
1. Reduksi Data	68
2. Penyajian Data	69
3. Verifikasi Data	69
G. Uji Keabsahan Data	70

BAB IV : ANALISIS PRAKTIK JUAL BELI DAN PENGEMBALIAN BARANG DI TOKO RUMAH FADILA PURWOKERTO PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM

A. Deskripsi Wilayah Penelitian.....	74
1. Profil Toko Rumah Fadila.....	74
2. Letak Toko Rumah Fadila	76
B. Praktik Jual Beli dan Pengembalian Barang di Toko Rumah Fadila Purwokerto	76
1. Praktik Jual Beli di Toko Ruma Fadila	77
2. Pengembalian Barang di Toko Rumah Fadila.....	81
C. Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Praktik Jual Beli dan <i>Khiyār</i> Pengembalian Barang di Toko Rumah Fadila Purwokerto	84
1. Jual Beli di Toko Rumah Fadila Ditinjau dari Akad Jual Beli.....	84
2. Pengembalian Barang di Toko Rumah Fadila Ditinjau Dari Hak <i>Khiyār</i>	87
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Logo Toko Rumah Fadila, 75
Gambar 2 Toko Rumah Fadila, 76
Gambar 3 Akun Instagram Toko Rumah Fadila, 77
Gambar 4 Whats App Grup Toko Rumah Fadila, 79



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Wawancara
- Lampiran 2 Foto Dokumentasi
- Lampiran 3 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 5 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 6 Surat Keterangan Rekomendasi Munaqosyah
- Lampiran 7 Surat Keterangan Wakaf Buku Perpustakaan
- Lampiran 8 Sertifikat-sertifikat



IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama paripurna dan mendapat ridha dari Allah SWT karena kesempurnaan Islam meliputi segala sesuatu baik dalam dimensi ibadah maupun muamalah. Islam mengatur hubungan lahir antara manusia dengan Allah dalam rangka menegakkan *habl min Allah* dan hubungan antara sesama manusia dalam menegakkan *habl min al-nās* yang keduanya merupakan misi kehidupan manusia yang diciptakan sebagai khalifah di atas bumi. Hubungan antar sesama manusia dapat bernilai ibadah apabila dilaksanakan sesuai dengan petunjuk Allah yaitu al Qur'an dan Hadis Nabi yang diuraikan dalam kitab fikih muamalah.¹ Allah SWT berfirman dalam Q.S. Ali Imran (3): 112:

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلَّةُ أَيْنَ مَا تُثْقَلُوا إِلَّا بِحَبْلٍ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلٍ مِنَ النَّاسِ ...

Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali agama Allah dan tali perjanjian dengan manusia...²

Hubungan antara sesama manusia dalam pergaulan dunia senantiasa mengalami perkembangan dan perubahan sesuai dengan kemajuan dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu aturan Allah yang terdapat dalam al-Qur'an tidak mungkin menjangkau seluruh segi pergaulan yang berubah itu. Aturan yang lebih khusus datang melalui hadits Nabi. Sedangkan dalam

¹ Burhanuddin S, *Hukum Bisnis Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2011), hlm 1.

² Tim Penerjemah Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bandung: Cordoba, 2020), hlm. 64.

masalah teknis, para mujtahidin telah banyak mencururkan keringat ijihad mereka, beristimbath dalam memecahkan masalah-masalah rumit yang dalil-dalilnya tidak tersurat dengan sharih. Sungguh besar jasa mereka, karena para mujtahidin itu telah bekerja keras dalam usaha mereka meninggikan kebenaran syariat Ilahi.

Pengembangan ilmu pengetahuan berbasis Syariah merupakan keniscayaan. Fikih muamalah merupakan salah satu bagian dari hukum Islam, yaitu hal yang mengatur hubungan antar manusia dalam masyarakat berkenaan dengan kebendaan dan kewajiban. Masalah muamalah kemudian dikompilasikan dalam peristilahan fikih muamalah.³ Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat terpisahkan dari kegiatan muamalah. Fikih muamalah dalam arti luas dapat didefinisikan sebagai aturan-aturan (hukum) Allah SWT untuk mengatur manusia yang berkaitan dengan urusan duniawi dalam pergaulan sosial antar sesama manusia.⁴

Manusia mengadakan *muamalah* yang berhubungan dengan harta, karena harta merupakan keperluan hidup yang sangat penting dan ia merupakan salah satu perhiasan kehidupan dunia. Dengan maksud lain, sedikit harta atau tanpa harta seseorang akan mengalami kesulitan dalam kehidupan ini. Karena sangat penting itulah maka Allah SWT memerintahkan manusia untuk bertebaran di muka bumi ini untuk mendapatkan karunia-Nya melalui bekerja, tanpa bekerja tidak mungkin kebutuhannya terpenuhi.

³ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), hlm. 9

⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 2.

Keseluruhan bentuk muamalah yang sering dijumpai adalah jual beli, karena bentuk dan cara pelaksanaannya beragam dan pembahasannya begitu luas maka manusia bisa mempelajari di dalam kitab-kitab fikih muamalah, karena agama Islam tidak menginginkan umatnya memakan hak orang lain secara tidak sah. Transaksi jual beli dalam Islam semakin berkembang seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi. Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi umat Islam untuk dapat menelaah lebih jauh terhadap transaksi-transaksi yang sedang berkembang termasuk jual beli *online*.

Jual beli *online* merupakan bisnis jual beli yang menggunakan perangkat dan internet kemudian mengiklankan di media sosial tentang produk kebutuhan masyarakat. Menurut *ijma'* para ulama, hukum asal segala transaksi muamalah adalah dibolehkan selama tidak ada dalil al-Qur'an atau hadis yang mengharamkannya. Dengan demikian, apabila ada bentuk transaksi bisnis baru, maka perlu dikaji apakah ada dalil yang mengharamkannya atau tidak.

Perkembangan jual beli *online* di Indonesia sangat pesat, hal ini disebabkan perkembangan dan mudahnya akses internet baik melalui *wifi* ataupun perangkat data gadget memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai produk atau jasa yang akan dicari. Dengan adanya internet kegiatan bisnis tidak dibatasi oleh ruang dan waktu karena dapat

dilakukan setiap saat. Ini sebuah peluang untuk menjadikan para pengguna internet di seluruh daerah bahkan dunia menjadi konsumen.⁵

Setiap muslim yang akan berbisnis harus memperhatikan aturan hukum Islam ketika melakukan aktivitas bisnis, termasuk apabila berbisnis dengan cara jual beli *online* sebagai *reseller marketplace*. Melakukan jual beli *online* tidak boleh asal tentu ada aturan tertentu yang mengikatnya, jika dikaitkan dengan prinsip ekonomi Islam dalam melakukan jual beli *online* yaitu tauhid, keadilan, kejujuran, tanggung jawab dan kehendak bebas sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.

Sehubungan dengan praktik jual beli *online*, toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto merupakan toko yang menjadi pihak *reseller* pada *marketplace*. Untuk proses pemesanan *online* pembeli hanya perlu mengirimkan foto dan spesifikasi barang yang telah dipromosikan oleh penjual/*owner* toko Rumah Fadila di media sosial. Setelah terjadi kesepakatan jual beli melalui pesan pribadi, kemudian *owner* memesan barang tersebut pada *marketplace*. Untuk sistem pembayarannya bisa dilakukan dengan cara transfer dan *cash on delivery* (COD). Sehingga jual beli *online* ini merupakan cara praktis karena memudahkan antara penjual dan pembeli yang berjauhan. Berdasarkan hasil wawancara, bahwa praktik jual beli di Toko Rumah Fadila Purwokerto menggunakan akad jual beli seperti pada umumnya. Namun, akad ini memiliki beberapa masalah yakni pembeli tidak melihat langsung barang

⁵ Derry Iswidharmanjaya, *Dropshipping Cara Mudah Bisnis Online* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), hlm. 1.

yang akan ia beli, dan memungkinkan bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan keinginan pembeli.⁶

Melihat permasalahan di atas, Islam memberikan hak *khiyār* kepada pihak-pihak yang melakukan jual beli dalam mewujudkan persyaratan suka sama suka. Hak *khiyār* dapat diberikan untuk pembeli adalah apabila barang yang dibeli mengalami cacat yang menyebabkan tidak berfungsi suatu barang. Hal ini bertujuan untuk menjamin kepada pembeli bahwa pembeli akan mendapatkan kepuasan kualitas atas barang yang dibeli. Penerapan *khiyār* dalam transaksi jual beli dapat digunakan, karena *khiyār* merupakan solusi yang dapat dipakai dalam melakukan transaksi jual beli *online*, namun pada masa sekarang dengan berbeda istilah atau yang dikenal dengan istilah garansi.

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) dalam Buku II tentang Akad Bab I Ketentuan Umum Pasal 20 *khiyār* adalah hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang sedang dilakukannya. Bab IX *Khiyār* Bagian Pertama *Khiyār Syarth* Pasal 227 ayat (1) Penjual dan atau pembeli dapat bersepakat untuk mempertimbangkan secara matang dalam rangka melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukannya. Ayat (2) Waktu yang diperlukan dalam ayat (1) adalah tiga hari, kecuali disepakati lain dalam akad.⁷

⁶ Lestari Handayani, *owner* Toko Rumah Fadila Purwokerto, *wawancara*, pada Minggu 15 Agustus 2020.

⁷ Tim Redaksi Fokusmedia, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Bandung: Fokusmedia, 2008), hlm. 14.

Praktik pengembalian barang sebagai *reseller* yang tidak sesuai ekspektasi ini sering terjadi saat melakukan proses transaksi jual beli secara *online* pada *marketplace*. Praktik pengembalian ini tidaklah mudah untuk dilakukan oleh penjual/*owner* toko jika terdapat kekurangan pada suatu barang dikarenakan belum adanya kesepakatan antara pembeli dengan penjual sebagai *reseller marketplace* pada saat awal bertransaksi. Hal ini menjadi penyebab timbulnya rasa kekecewaan dan kerugian oleh penjual yang posisinya sebagai *reseller marketplace* dan merasa dirugikan dari adanya praktik pengembalian barang yang tidak sesuai ekspektasi apabila tidak disetujui oleh pihak *marketplace*.

Salah satu prinsip dalam jual beli menurut syariat Islam ialah adanya hak kedua belah pihak yang melakukan transaksi untuk meneruskan atau membatalkan transaksi. Hak tersebut dinamakan hak *khiyār*. Keberadaan hak *khiyār* dalam Islam memberikan regulasi terhadap hak setiap kepada pelaku akad jual beli. Sehingga penjual dan pembeli yang melakukan akad jual beli atas kerelaan pribadi dan tidak ada penyesalan. Sehingga bisa dipastikan jual beli ini benar-benar saling ridha.⁸

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Praktik Pengembalian Barang Sebagai *Reseller Marketplace* yang Tidak Sesuai Ekspektasi** (Studi Kasus di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto)”.

⁸ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam, Pola Pembinaan Hidup dalam Perekonomian* (Bandung: Diponegoro, 1999), hlm. 101.

B. Definisi Operasional

Guna menghindari kesalahpahaman pada pengertian yang terkandung dalam judul skripsi ini. Maka, terlebih dahulu dijelaskan istilah-istilah penting dalam skripsi ini sebagai berikut:

1. Pengembalian Barang

Pengembalian barang dalam bahasa Inggris disebut dengan *return*. *Return* pembelian adalah pengembalian barang dagangan yang telah dibeli dan *return* penjualan adalah penerimaan kembali barang yang telah dijual.⁹ Pengembalian barang dalam penelitian ini, penjual berupaya menerima *return* atau dapat dilakukan permintaan pengurangan harga yang diajukan pembeli. Hal ini merupakan asas tolong menolong yang diberikan penjual kepada pembeli dengan tujuan merawat pembeli agar menjadi pelanggan.

2. Reseller

Kata *Reseller* berasal dari bahasa Inggris yaitu *re* adalah (kembali) dan *seller* adalah (penjual). Penjual kembali adalah konsumen yang membeli barang untuk dijual kembali kepada konsumen akhir.¹⁰ *Reseller* adalah sebutan bagi orang yang menjual barang dari distributor atau agen *marketplace* kepada konsumen secara langsung. Jadi, dapat dipastikan bahwa *reseller* diposisikan sebagai orang yang memiliki barang secara sah

⁹ Intan Nairobi, "Penggantian Barang Dalam Jual Beli Grosir Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Toko Tekstil dan Pakaian di Mega Mall Kota Metro)", *Skripsi*, (Fakultas Ekonomi Islam IAIN Metro, 2017), hlm. 19.

¹⁰ Teddy Pawitra, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran Freelance* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 306.

dan berjumpa dengan konsumen secara langsung. Sehingga bisa dipastikan akan mendapat komen dari konsumen.¹¹

3. *Marketplace*

Marketplace adalah aplikasi atau situs web yang memberi fasilitas jual beli *online* kepada penjual dan pembeli dari berbagai sumber. Pemilik situs web atau aplikasi tidak memiliki produk apapun dan bisnis mereka hanya menyajikan wadah untuk produk orang lain kepada pengguna kemudian memfasilitasinya.¹² Dengan kata lain pengertian *marketplace* adalah model bisnis di mana situs web tidak hanya membantu untuk mempromosikan produk tapi juga menjembatani transaksi *online* antara penjual dan pembeli. Beberapa contoh *marketplace* terbesar dan terpopuler di Indonesia adalah Tokopedia, Lazada, Shopee, Zalora, Bukalapak. Tokopedia adalah salah satu *marketplace* yang paling banyak dikunjungi dan dipercaya oleh masyarakat Indonesia.

4. Ekspektasi

Ekspektasi atau *expectancy* adalah harapan, pengharapan atau dugaan. Ekspektasi adalah suatu keadaan antisipasi, sikap emosional, dan menunggu dengan waspada.¹³ Ekspektasi sebagai sebuah kesenangan yang tidak konstan, yang muncul dari gagasan mengenai sesuatu di masa depan atau masa lalu tentang masalah yang kadang kita khawatirkan (ketika kita

¹¹ Arbi Hidayat, Tanggung Jawab *Reseller* Terhadap Konsumen dalam Sistem Jual Beli Online, *Jurnal Ilmiah*, Fakultas Hukum Universitas Mataram, 2017, hlm. 5.

¹² Rahman, dkk, "Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust Terhadap ZALORA's Application User Satisfaction. *Bachelor thesis*, (Tangerang: Universitas Pelita Harapan. 2020), hlm. 3.

¹³ J. P. Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 179.

mendeteksi kemungkinan kesenangan dalam sebuah situasi tidak tentu yang berlawanan, maka kita merasakan harapan).¹⁴

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti merumuskan permasalahan skripsi ini pada pokok permasalahan. Ada beberapa pokok permasalahan dalam skripsi ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Praktik Jual Beli dan Pengembalian Barang sebagai *Reseller Marketplace* di Toko Rumah Fadila Purwokerto?
2. Bagaimana Pandangan Hukum Ekonomi Islam terhadap Praktik Pengembalian Barang sebagai *Reseller Marketplace* yang Tidak Sesuai Ekspektasi?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:
 - a. Untuk mengetahui bagaimana praktik jual beli dan pengembalian barang sebagai *Reseller Marketplace* di Toko Rumah Fadila Purwokerto.
 - b. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Hukum Ekonomi Islam terhadap praktik pengembalian barang sebagai *reseller marketplace* yang tidak sesuai ekspektasi.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Manfaat Teoritis

¹⁴ George Boeroe, *Sejarah Psikologi* (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2005), hlm. 516.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pengetahuan dan wawasan bagi pembaca dan peneliti. Diharapkan pula dapat menjadi bahan bacaan, referensi, dan acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi toko Rumah Fadila Purwokerto dalam mengambil keputusan dan strategi penjualan yang sesuai dengan kepastian hukum Islam mengenai pengembalian barang yang tidak sesuai ekspektasi.

E. Kajian Pustaka

Dalam sebuah penelitian, kajian pustaka merupakan sesuatu data yang diperlukan bagi peneliti untuk dijadikan sebagai referensi guna mendukung penelitian sehingga dapat menghindari adanya duplikasi terhadap penelitian ini. Beberapa pustaka yang relevan dengan penelitian yang peneliti kemukakan adalah sebagai berikut:

Pertama, dalam skripsi yang ditulis oleh Anjani Permatasari mahasiswi UIN Raden Intan Lampung Fakultas Syari'ah tahun 2019 yang berjudul "Tinjauan Hukum Islam tentang Larangan Pengembalian Barang yang Sudah dibeli (studi kasus di Toko Push Pin Jl. P. Antasari Bandar Lampung)". Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa, larangan praktik pengembalian barang yang sudah dibeli di toko Push Pin dilihat dari segi objek adalah sah ditinjau dari kitab-kitab fiqh dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), karena objek yang diperjualbelikan sesuai dengan syarat jual beli

yaitu harus bersih barangnya, dapat dimanfaatkan, milik yang melakukan akad, mampu menyerahkan, mengetahui barang yang akan diadakan ditangan. Namun, ditinjau dari segi akad maka larangan pengembalian barang yang sudah dibeli adalah batal berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) bagian kedua kategori Hukum Akad Pasal 28 poin 3, bahwa akad yang batal adalah akad yang kurang rukun dan syarat-syaratnya.¹⁵

Persamaan dari penelitian tersebut dengan penulis yaitu pada subbab A, sama-sama mengkaji mengenai teori akad jual beli seperti definisi akad jual beli, dasar hukum akad jual beli, rukun dan syarat jual beli serta macam-macam jual beli. Pada subbab B sama-sama mengkaji mengenai teori *khiyār* dalam akad jual beli seperti definisi *khiyār*, dasar hukum *khiyār*, macam-macam *khiyār*, dan *khiyār* dalam akad jual beli. Persamaan lainnya dalam menentukan metode pengumpulan data sama-sama menggunakan dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.

Perbedaan dari penelitian tersebut dengan penulis terdapat pada laporan hasil penelitian yang menjadi fokus kajian dengan penulis diantaranya lebih mengkaji mengenai pandangan konsumen terhadap dilarangnya mengembalikan barang yang sudah dibeli menurut laporan dari dua konsumen di Toko Push Intan atas nama saudara Yoga dan Intan terkait kendala yang dihadapi ketika membeli barang tidak sesuai ekspektasi. Sementara itu, hasil penelitian yang dikaji oleh penulis yaitu mengenai

¹⁵ Anjani Permatasari, "Tinjauan Hukum Islam tentang Larangan Pengembalian Barang yang Sudah dibeli (studi kasus di Toko Push Pin Jl. P. Antasari Bandar Lampung)", *Skripsi* (Bandar Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2019).

praktik akad jual beli dan praktik pengembalian barang yang tidak sesuai ekspektasi sebagai *reseller marketplace* perspektif hukum ekonomi Islam.

Kedua, dalam skripsi yang ditulis oleh Wahyu tahun 2019 yang berjudul “Praktek Jual Beli Pakaian Pada Pedagang Grosir di Pasar Sentral kota Makasar dalam Tinjauan Islam”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa praktek jual beli pakaian pada pedagang grosir di Pasar Sentral Makasar seperti pada umumnya jual beli, perbedaannya pada kuantitas barang. Tinjauan Islam terhadap praktek jual beli pakaian pada pedagang grosir di Pasar Sentral Makasar dalam penetapan hak khiyar terjadi perbedaan antara pedagang. Stand Anna Batik dan ibu Mia: *khiyār aib*, stand ibu eda: *khiyār syarat*, dan stand ibu Dewi *khiyār majelis*.¹⁶

Persamaan dari penelitian tersebut dengan penulis yaitu pada subbab penelitian terdahulu mengkaji mengenai jual beli, dengan pokok bahasan definisi jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli. Adapun pada subbab kedua yaitu mengkaji mengenai *khiyār*, dengan pokok bahasan definisi *khiyār*, dasar hukum *khiyār*, macam-macam *khiyār*.

Perbedaan dari penelitian tersebut dengan penulis yaitu pada subbab penelitian terdahulu mengkaji mengenai grosir, dan etika bisnis Islam. Berbeda halnya dengan penelitian yang dikaji oleh penulis hanya pada subbab jual beli dan *khiyār*. Perbedaan lainnya terdapat dalam hasil penelitian mengkaji praktik jual beli pakaian pada pedagang grosir di Pasar Sentral Kota Makassar, tinjauan Islam terhadap praktik jual beli pakaian pada pedagang

¹⁶ Wahyu, “Praktek Jual Beli Pakaian Pada Pedagang Grosir di Pasar Sentral kota Makasar dalam Tinjauan Islam”, *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2019).

grosir di Pasar Sentral Kota Makassar, analisis masalah praktik jual beli pakaian pada pedagang grosir di Pasar Sentral Kota Makassar. Sementara itu, hasil penelitian dari penulis mengkaji mengenai praktik akad jual beli dan praktik pengembalian barang yang tidak sesuai ekspektasi sebagai *reseller marketplace*.

Ketiga, dalam skripsi Dwi Sakti Muhamad Huda yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Penerapan *Khiyār* dalam Jual Beli Barang Elektronik secara *Online* (Studi Kasus di Toko *Online* Kamera Mbantul)”. Hasil dari penelitian ini jual beli dan proses transaksi yang digunakan pada Toko *Online* kamera mbantul tidak berbeda jauh dengan jual beli pada umumnya, hanya saja system *online* digunakan sebagai media jual dan transaksi. Selain itu jual beli *khiyār* terbukti diterapkan, hal ini terbukti dari garansi barang yang telah diberikan sebagai bentuk jual beli *khiyār syarat* dan *khiyār ‘aib*.¹⁷

Persamaan dari penelitian tersebut dengan penulis yaitu pada sub bab A dalam penelitian terdahulu mengkaji mengenai definisi jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, serta bentuk jual beli. Adapun pada sub bab B, mengkaji mengenai definisi *khiyār*, dasar hukum *khiyār*, dan macam-macam *khiyār*. Persamaan lainnya dalam menentukan metode pengumpulan data yaitu menggunakan data wawancara, observasi dan dokumentasi.

Perbedaan dari penelitian tersebut dengan penulis yaitu pada sub bab A terdapat perbedaan seperti mengkaji resiko dalam jual beli. Perbedaan lainnya

¹⁷ Dwi Sakti Muhamad Huda, “Tinjauan Hukum Islam terhadap Penerapan Khiyar dalam Jual Beli Barang Elektronik secara Online (Studi Kasus di Toko Online Kamera Mbantul)”, *Skripsi*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2013).

terdapat pada hasil penelitian terdahulu yaitu lebih kearah analisis terhadap praktik jual beli barang *retur* di Toko Bangunan UD Sinar Alam Mojokerto.

Dari adanya kajian pustaka diatas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada penelitian yang sama persis dengan penelitian yang saya teliti sehingga penelitian ini memenuhi unsur kebaruan untuk dikaji.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika penulisan skripsi ini ditulis agar dalam penyusunan skripsi dapat terarah dan sesuai dengan apa yang direncanakan peneliti, maka disusunlah sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bagian awal penulisan skripsi terdiri dari sampul depan, halaman judul skripsi, pernyataan keaslian, halaman pengesahan, nota dinas pembimbing, halaman motto, abstrak, halaman persembahan, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, singkatan, gambar dan lampiran.

Bagian utama skripsi dituangkan yang terdiri atas V bab, setiap bab dapat dibagi dalam beberapa sub bab, dan setiap subbab dapat dibagi lagi ke dalam anak sub bab. Bagian utama skripsi meliputi:

Bab I, pendahuluan merupakan kerangka metodologis yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

Bab II, merupakan landasan teori yang menjelaskan tentang konsep umum akad jual beli, *khiyār* dalam jual beli, dan *reseller* pada *marketplace*.

Bab III, berisi metode penelitian meliputi jenis penelitian, pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji keabsahan data.

Bab IV, berisi tentang analisis tentang praktik jual beli dan pengembalian barang yang tidak sesuai ekspektasi di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto perspektif hukum ekonomi Islam.

Bab V, bagian ini adalah penutup yang terdiri atas kesimpulan dan saran. Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.



IAIN PURWOKERTO

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Akad Jual Beli

1. Pengertian Akad Jual Beli

Istilah akad berasal dari bahasa Arab, yaitu *aqada-ya'qidu-'aqdan* yang berarti mengikat. Pada asalnya kata ini untuk menyebut kejadian yang konkrit, seperti mengikat tali. Kemudian digunakan untuk sesuatu yang abstrak, seperti mengikat kesepakatan atau janji yang dilakukan antar sesama manusia.¹⁸ Dalam kaidah fikih, akad didefinisikan sebagai pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan kabul (pernyataan penerimaan ikatan) sesuai dengan kehendak syariat yang berpengaruh kepada objek perikatan sehingga terjadi perpindahan kepemilikan dari satu pihak kepada pihak yang lain.¹⁹

Akad adalah suatu perbuatan yang sengaja dibuat oleh dua orang atau lebih berdasarkan keridaan masing-masing pihak yang melakukan akad dan memiliki akibat hukum baru bagi mereka yang berakad.²⁰ Landasan akad mengacu kepada firman Allah Q.S. al-Maidah [5]:1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

¹⁸ Ammi Nur Baits, *Pengantar Fiqh Jual Beli & Harta Haram* (Jogjakarta: Pustaka Muamalah Jogja, 2016), hlm. 14.

¹⁹ Teungku Muhammad Hasbi Ash-Shieddieqy, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), hlm. 21.

²⁰ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 48.

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu...²¹

Adapun makna jual beli *al-bai'* dalam bahasa arab artinya memindahkan hak milik terhadap benda dengan akan saling mengganti. Dikatakan “*ba'a asy-syaia*” jika dia mengeluarkannya dari hak miliknya, dan “*ba'ahu*” jika dia membelinya dan memasukkannya ke hak miliknya.²² Para *fuqaha* menggunakan istilah *الْبَيْعُ* mengarah kepada makna mengeluarkan atau memindahkan sesuatu dari kepemilikannya dengan harta tertentu, dan istilah *الشَّرَاءُ* kepada makna mengeluarkan sesuatu berdasarkan pada hikayat tentang Nabi Yusuf, tatkala saudara-saudaranya itu menjualnya dengan harga yang murah, yaitu beberapa dirham saja. Sebagaimana firman Allah dalam Qur'an surat Yusuf (12): 20.²³

وَشَرُّهُ بِتَمَنٍ بَخْسٍ دَرَاهِمٍ مَعْدُودَةٍ وَكَانُوا فِيهِ مِنَ الزَّاهِدِينَ

Dan mereka menjualnya (Yusuf) dengan harga rendah, yaitu beberapa dirham saja, sebab mereka tidak tertarik kepadanya.²⁴

Dengan demikian lafadh *الْبَيْعُ* dan *الشَّرَاءُ* merupakan kata dasar bagi

penyebutan istilah jual beli, karena keduanya menjadi sebab akad ini ada

²¹ Tim Penerjemah Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bandung: Cordoba, 2020), hlm. 106.

²² Abdul Aziz Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam* (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 22.

²³ Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 9.

²⁴ Tim Penerjemah Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bandung: Cordoba, 2020), hlm. 237.

kaitannya dengan penisbatan kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Akan tetapi, para *fuqaha* mendefinisikan secara khusus *الْبَيْع* dan *الْبَائِع* yang berarti seseorang yang menyerahkan harta bendanya (penjual). Sedangkan lafaz *الشَّرَاءُ* dan *الشَّرِيءُ* ialah seseorang yang menyerahkan pengganti dari harta tersebut (pembeli).²⁵

Di dalam buku *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (KHES) Pasal 20 ayat (2) *bai'* adalah jual beli antara benda dengan benda atau pertukaran benda dengan uang. Pengertian *bai'* menurut KHES ini dapat diartikan sebagai pertukaran harta secara suka sama suka atau dapat diartikan memindahkan hak milik guna memenuhi kebutuhan masing-masing pihak dengan cara yang dibenarkan menurut hukum Islam. Beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian yang dilakukan oleh kedua pihak atau lebih dengan cara suka rela sehingga keduanya dapat saling menguntungkan dan tidak ada salah satu pihak yang merasa dirugikan.²⁶

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan tindakan atau transaksi yang telah disyariatkan, dalam arti telah ada dasar hukumnya yang jelas dalam Islam yang berkenaan dengan

²⁵ Enang Hidayat, *Fiqih*, hlm. 11.

²⁶ Ahmad Mujahiddin, *Prosedur Penyelesaian sengketa Ekonomi Syariah di Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 159.

hukum taklifi. Hukumnya adalah boleh, kebolehannya ini dapat ditemukan dalam al-Qur'an, Hadis, dan *ijma'* para ulama.

a. Allah SWT berfirman dalam Q.S. al-Baqarah [2]: 275:

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

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...²⁷

Ayat di atas merupakan kelanjutan dari ayat yang melarang riba oleh masyarakat Arab pada saat itu. Dalam ayat tersebut diterangkan bahwasannya jual beli merupakan jalan sesuatu yang baik dan agama Islam membolehkannya.²⁸

b. Allah SWT berfirman dalam Qur'an Surat an-Nisā [4]:29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu...²⁹

Di dalam ayat tersebut bahwa Allah SWT menerangkan cara yang berlaku untuk mencari harta yang baik. Dia melarang hamba-hamba-Nya yang beriman dari memakan harta orang lain dengan cara yang bathil, yaitu

²⁷ Tim Penerjemah Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahan* (Bandung: Cordoba, 2020), hlm. 47.

²⁸ Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009), hlm. 54.

²⁹ Tim Penerjemah Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bandung: Cordoba, 2020), hlm. 89.

mencari harta dengan cara yang dilarang oleh syariat seperti mencuri, menipu, mengutil, berjudi, dan berinteraksi dengan riba. Namun Allah menghalalkan harta yang didapat dari perdagangan dan pekerjaan *muamalah* yang dibolehkan dalam syariat Islam yaitu jual beli yang dilakukan dengan suka sama suka.

- c. Adapun dalam Hadis Nabi Muhammad SAW Riwayat al-Bazzar & al-Hakim:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ :
عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ :

Dari Rifa'ah Ibn Rafi': bahwa Rasulullah pernah ditanya, "Mata pencaharian (pekerjaan) apakah yang paling baik?" Rasulullah menjawab: "Pekerjaan manusia dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang diberkahi".³⁰

Dalam kandungan hadis di atas *kasb* adalah usaha atau pekerjaan mencari rezeki atau harta. Sedangkan *kasb thoyyib* maksudnya adalah usaha yang berkah atau halal. Nabi Muhammad SAW menjelaskan mengenai jual beli yang mabrur yang secara umum diartikan atas dasar suka sama suka dan bebas dari penipuan dan pengkhianatan. Nabi menjelaskan cara mengenai etika jual beli yang diberkahi di antaranya: Jujur dalam menjelaskan produk, suka sama suka, tidak menipu ukuran, takaran dan timbangan, tidak boleh menghina bisnis orang lain agar orang lain beralih kepadanya, bersih dari

³⁰ Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh* (Bogor: Kencana, 2003), hlm. 193.

riba, mengutamakan kepuasan pelanggan, dan lain sebagainya. Ini merupakan prinsip pokok yang harus dipenuhi dari suatu transaksi jual beli.

d. *Ijma'* Para Ulama

Para ulama telah sepakat (*ijma'*) tentang kebolehan hukum mengadakan transaksi jual beli. *Ijma'* ini merupakan hikmah bahwa kebutuhan manusia berhubungan dengan sesuatu yang ada dalam kepemilikan oranglain. Bahwa dari segi alamiahnya, manusia adalah makhluk ber peradaban dan hidup manusia tegak dalam konteks pemenuhan kebutuhan, antara lain melalui jual beli atau pertukaran barang.³¹

3. Hukum Jual Beli

Para ulama mengatakan bahwa hukum asal jual beli adalah *mubāh* atau *jawāz* (boleh) apabila terpenuhi syarat dan rukunnya. Tetapi pada situasi tertentu, hukum bisa berubah menjadi wajib, *harām*, *sunnah* (*mandub*) dan *makruh*, dengan rincian sebagai berikut:

- a. Contoh jual beli yang wajib: Apabila seseorang sangat terdesak untuk membeli makanan dan yang lainnya, maka penjual jangan menimbunnya atau tidak menjualnya seperti bahan makanan pokok.
- b. Contoh jual beli yang *harām*: Memperjualbelikan barang yang dilarang oleh syara' dijualnya seperti anjing, daging babi dan minuman keras.

³¹ Jaih Mubarak, Hasanuddin, *Fiqh Muamalah Maliyah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 7.

- c. Contoh jual beli yang *mandub* atau *sunnah*: jual beli yang dilaksanakan keluarga dekat atau sahabat-sahabatnya. Karena dalam Islam dianjurkan berbuat baik kepada sesama saudaranya, teman, dan kerabat lainnya agar tetap terjalinnya tali persaudaraan. Seorang menjual alat tulis dan buku di kantin sekolah dan pondok pesantren.
- d. Contoh jual beli yang *makruh*: ketentuan makruh dikarenakan yang menjadi objek jual beli dikhawatirkan akan merugikan oranglain. Contohnya Memperjualbelikan rokok dan anggur.

Dengan demikian hukum jual beli berhubungan dengan *Ahkām al-Khamsah* (hukum-hukum yang lima) atau yang biasa disebut dengan hukum *taklifi* (hukum untuk penugasan).³² Namun, para ulama telah sepakat mengenai kebolehan melakukan akad jual beli. *Ijma'* ini memberikan hikmah bahwa kebutuhan manusia berhubungan dengan sesuatu yang ada dalam kepemilikan oranglain, dan kepemilikan sesuatu itu tidak akan diberikan dengan begitu saja, namun harus ada kompensasi sebagai imbal baliknya. Sehingga dengan disyariatkannya jual beli tersebut merupakan salah satu cara untuk merealisasikan keinginan dan kebutuhan manusia, karena pada dasarnya, manusia tidak akan dapat hidup sendiri tanpa berhubungan dan bantuan orang lain.³³

³² Enang Hidayat, *Fiqh*, hlm. 16.

³³ Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 54.

4. Rukun dan Syarat Akad Jual Beli

Jual beli dapat dikatakan sah maka harus mengikuti ketentuan yang telah ditentukan oleh *syara'*. Ketentuan yang dimaksud berkenaan dengan rukun dan syarat jual beli agar terhindar dari hal-hal yang dilarang.

a. Rukun Jual Beli

Rukun jual beli ada tiga, yaitu yang pertama, *sighat* (ijab dan kabul), kedua *'aqidain* (pihak yang berakad, yaitu penjual dan pembeli), ketiga adalah *ma'qud 'alaih* (barang yang diperjualbelikan dan nilai tukar pengganti barang).³⁴

b. Syarat-syarat Jual Beli

Syarat-syarat jual beli yaitu segala sesuatu yang harus ada pada setiap macam jual beli sehingga dapat dianggap sah secara *syara'*. Syarat-syarat wajib dalam akad jual beli berkaitan dengan ijab kabul, orang yang berakad, dan objek yang diakadkan, dengan penjelasan sebagai berikut:

1) Ijab Kabul

Syarat dari ijab (ungkapan penyerahan barang) dan kabul (penerimaan) adalah menggunakan bahasa yang jelas dan bisa dipahami oleh kedua belah pihak untuk menunjukkan rasa suka sama suka, menggunakan lafadz yang mengandung maksud berlaku waktu lalu

³⁴ Enang Hidayat, *Fiqih*, hlm. 17.

bersambungan di antara keduanya dalam satu pengucapan dalam satu majelis.³⁵

2) Orang yang berakad:

- a) *Aqil* (berakal), orang yang melakukan jual beli harus berakal dan telah mencapai usia *baligh*. Apabila orang berakad itu masih anak-anak (*mumayyiz*) dan orang gila maka akad jual beli tersebut tidak sah.³⁶
- b) *Tamyiz*, yaitu mampu membedakan hal yang benar dan salah.
- c) Orang yang berakad dalam jual beli tidak boros, karena pemboros dipandang tidak cakap hukum.
- d) *Mukhtar*, yaitu bebas melakukan transaksi jual beli, lepas dari paksaan dan tekanan atau atas kemauan sendiri.³⁷

3) Objek Akad

Objek akad merupakan barang atau uang yang dijadikan sebagai transaksi jual beli. Beberapa persyaratan mengenai objek akad, sehingga akad tersebut dianggap sah, sebagai berikut:³⁸

- a) Barang harus suci, barang yang diperjual belikan tidak mengandung najis dan bukan barang haram.
- b) Barang bermanfaat, barang harus bisa digunakan dengan cara yang disyariatkan, tidak digunakan untuk hal-hal yang haram atau dilarang.

³⁵ Amir Syarifuddin, *Garis-Garis*, hlm. 196.

³⁶ Ahmad Mujahiddin, *Prosedur*, hlm. 162.

³⁷ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik*, hlm. 79.

³⁸ Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010), hlm. 26.

- c) Barang harus bisa diserahkan terimakan, tidak bisa menjual barang yang tidak ada atau ada tetapi tidak bisa diserahkan terimakan, karena demikian termasuk *gharar* dan itu dilarang.
- d) Barang sudah dimiliki sempurna dari orang yang melakukan penjualan.
- e) Barang harus diketahui wujudnya oleh orang yang melakukan akad jual beli jika merupakan barang yang dijual langsung.

5. Macam-Macam Jual Beli

Jual beli dalam Islam terbagi menjadi dua sudut pandang, yaitu dilihat dari hukum Islam dan dilihat dari barang yang diperjual belikan. Dalam Islam terbagi menjadi dua yaitu jual beli yang sah dan jual beli yang dilarang menurut hukum Islam.³⁹ Transaksi jual beli dikatakan tidak sah atau batal bila tidak memenuhi syarat yang telah ditetapkan dalam fikih dan terdapat pula larangan Nabi pada transaksi tersebut, sehingga hukumnya haram. Praktik transaksi jual beli ini biasanya berlangsung di kalangan orang Arab sebelum Islam masuk. Di antaranya adalah sebagai berikut:⁴⁰

- a. Jual beli barang yang diharamkan seperti minuman keras, babi, dan berhala.

³⁹ Shobirin, "Jual Beli dalam Pandangan Islam", Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol. 3, No. 3, 2015, hlm 253. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/1494>. Diakses pada 18 Agustus 2020.

⁴⁰ Amir Syarifuddin, *Garis-garis*, hlm. 202.

- b. Jual beli *gharar* adalah jual beli yang mengandung unsur penipuan, baik karena ketidakjelasan dalam objek jual beli atau ketidakpastian dalam cara pelaksanaannya.
- c. Jual beli *muḍāmīn* yaitu jual beli yang objeknya adalah hewan yang masih berada dalam perut induknya.
- d. Jual beli *ḥaṣah* adalah jual beli sesuatu barang yang terkena oleh lemparan batu yang disediakan dengan harga tertentu.
- e. Jual beli *muhāqolah* yaitu jual beli buah-buahan yang masih dalam tangkainya dan belum layak untuk dimakan.
- f. Jual beli *munābazah* merupakan jual beli dengan menukarkan kurma yang masih basah dengan yang sudah kering.
- g. Jual beli *mukhābarah* adalah jual beli dengan penggunaan tanah dengan imbalan dari apa yang akan dihasilkan oleh tanah tersebut.
- h. Jual beli *mulāqīh* yaitu jual beli yang objeknya hewan yang masih berada dalam bibit jantan sebelum bersetubuh dengan yang betina.

B. *Khiyār* dalam Jual Beli

1. Pengertian *Khiyār*

Secara bahasa *khiyār* berasal dari kata *ikhtiyār* artinya memilih. *Khiyār* biasanya mengacu pada hak-hak tertentu dari dua pihak, yaitu penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad. Sedangkan menurut istilah kalangan ulama fikih yaitu mencari yang baik dari dua urusan baik berupa meneruskan akad atau membatalkannya. Dari sini dapat terlihat bahwa makna

secara istilah tidak begitu berbeda dengan maknanya secara bahasa. Oleh sebab itu, sebagian ulama terkini mereka mendefinisikan *khiyār* secara syar'i sebagai "hak orang yang berakad dalam membatalkan akad atau meneruskannya karena ada sebab-sebab syar'i yang dapat membatalkannya sesuai dengan kesepakatan ketika berakad."⁴¹

Hak pilih (*khiyār*) ditetapkan syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi perdata khususnya dalam permasalahan ekonomi. *Khiyār* dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dalam pasal 20 ayat 8 yaitu hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukan.⁴² Dalam transaksi jual beli pihak penjual dan pembeli memiliki pilihan untuk menentukan apakah mereka betul-betul akan membeli atau menjual, membatalkannya dan atau menentukan pilihan diantara barang-barang yang ditawarkan.

Pilihan untuk meneruskan atau membatalkan jual beli dan menjatuhkan pilihan di antara barang yang ditawarkan, jika dalam transaksi itu ada beberapa barang yang harus dipilih, dalam fikih muamalah disebut *khiyār*. Hak pilih (*khiyār*) ditetapkan syari'at Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi perdata khususnya masalah ekonomi. *Khiyār* ini penting dalam transaksi untuk menjaga kepentingan, kemaslahatan dan kerelaan kedua pihak yang melakukan transaksi serta melindungi mereka dari bahaya yang mungkin menimbulkan

⁴¹ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalah: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam* (Jakarta: Amzah, 2014), hlm. 99.

⁴² Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 105.

kerugian bagi mereka, sehingga kemaslahatan yang dituju dalam suatu transaksi tercapai dengan sebaik-baiknya. Status *khiyār*, menurut ulama' fikih adalah disyari'atkan atau dibolehkan karena suatu keperluan yang mendesak dalam mempertimbangkan kemaslahatan masing-masing pihak yang melakukan transaksi.⁴³

Kata *khiyār* dalam bahasa Arab berarti pilihan atau proses melakukan pemilihan terhadap sesuatu. Sebagai salah satu hak bagi kedua belah pihak yang melakukan akad ketika terjadi persoalan tertentu.⁴⁴ Secara terminologi *khiyār* adalah hak pilih bagi pihak yang melakukan transaksi untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi yang disepakati sesuai dengan kondisi masing-masing pihak yang melakukan transaksi.⁴⁵ Sedangkan ada yang berpendapat juga secara terminologi, *khiyār* berarti hak pilih bagi salah satu atau kedua belah pihak yang melaksanakan transaksi dengan ikhlas tanpa ada paksaan.⁴⁶

Hak *khiyār* ini ditetapkan dalam Islam untuk menjamin kerelaan dan kepuasan timbal balik pihak-pihak yang melakukan jual beli. Dari satu segi memang *khiyār* tidak praktis karena mengandung arti ketidak pastian suatu transaksi, namun dari segi kepuasan pihak yang melakukan transaksi, *khiyār* adalah jalan terbaik. Perlu ditegaskan bahwa ruang lingkup *khiyār* itu terjadi

⁴³ Moh. Ah. Subhan Z.A., "Hak Pilih (*Khiyar*) dalam Transaksi Jual Beli di Media Sosial Menurut Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Studi Islam: Akademika*, Vol. 11, No. 01, 2017, hlm. 65. <https://journal.fai.unisla.ac.id/index.php/akademika/article/view/157>, diakses pada 09 Agustus 2020.

⁴⁴ Nasrun Haroen, *Fiqh Mu'amalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), hlm. 129.

⁴⁵ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh*, hlm. 97.

⁴⁶ Dahlan Abdul Aziz, *Enslikopedia Hukum Islam* (Jakarta: Ittihad Van Hoften, 1996), hlm. 914.

setelah ijab kabul, jika terjadi sebelum ijab kabul dinamakan dengan tawar menawar (*musawamah*).⁴⁷

2. Dasar Hukum *Khiyār*

Berdasarkan prinsip wajib menegakkan kejujuran dan kebenaran dalam transaksi jual beli, maka haram bagi penjual menyembunyikan cacat barang. Apabila barang yang akan dijual itu terdapat cacat yang diketahui oleh penjual, maka wajiblah dia menerangkan hal itu. Menyembunyikan cacat barang dengan sengaja termasuk penipuan dan kecurangan.

Sebagaimana pengertian *khiyār* dimaksudkan untuk menghindari kesalahpahaman, maka akan lebih komprehensif apabila diterangkan dengan dasar hukum berlakunya *khiyār* dalam jual beli. Di bawah ini beberapa nash yang berisi tentang landasan hukum penerapan *khiyār* dalam jual beli sebagai berikut:

a. Qur'an Surat Al-Baqarah (2): 42:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Dan janganlah kamu campur adukkan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan hak itu, sedangkan kamu mengetahui.⁴⁸

Ayat tersebut mendefinisikan bahwa seseorang dilarang mencampur adukkan kebenaran yang telah dijelaskan oleh Allah kepada hambanya dengan kebathilan yang diada-adakan sendiri. Hal ini memicu rawan

⁴⁷ Oni Sahroni dan M. Hasanuddin, *Fikih Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 114.

⁴⁸ Tim penerjemah Departemen RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Cordoba, 2020), hlm.

permasalahan yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain. Katakanlah kalau itu benar dan jangan mengatasnamakan kebenaran padahal itu salah. Hindarilah tindakan menyembunyikan kebenaran dan kecacatan barang apabila penjual telah mengetahuinya.

b. Qur'an Surat Al-Baqarah (2): 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدُلُّوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ
بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.⁴⁹

Ayat tersebut mendefinisikan bahwa Allah melarang seseorang mengambil harta orang lain dengan cara yang tidak sesuai syariat, apalagi seperti perilaku menyuap para hakim agar bisa membantu seseorang ketika ada permasalahan dan dengan sengaja melakukan praktik mengambil sebagian harta orang lain dengan cara yang batil, padahal kita sendiri mengetahui bahwa perbuatan itu diharamkan.

c. Qur'an Surat al-Maidah (5): 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اْعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

⁴⁹ Tim penerjemah Departemen RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Cordoba, 2020), hlm. 29.

Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.⁵⁰

Ayat tersebut mendefinisikan bahwa Allah memerintahkan kepada hambanya untuk dapat bersikap adil saat menyampaikan kesaksian dengan tidak berbuat zalim kepada siapapun. Serta menyeru kepada hambanya agar kebencian terhadap orang lain tidak membawa para hambanya untuk meninggalkan sifat adil; hal ini akan menjadi penyebab hancurnya keadilan, karena bersikap adil dalam keadaan suka maupun benci merupakan asas kebenaran dan jalan menuju ketakwaan terhadap Allah.

Kemudian Allah menegaskan perintah-Nya untuk bertakwa dalam segala urusan dengan menyatakan bahwa Allah Maha Mengetahui dan Meliputi segala urusan yang tersembunyi yang tidak terlihat sekalipun oleh orang lain. Termasuk dalam menyembunyikan cacat barang merupakan perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT.

d. Qur'an Surat An-Nisa (4): 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ

⁵⁰ Tim penerjemah Departemen RI, *al-Qur'an*, hlm. 108.

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 di antara kamu...⁵¹

Ayat di atas menerangkan bahwa Allah melarang hamba-hamba-Nya memakan harta orang lain dengan cara yang batil, yaitu mencari harta dengan cara yang dilarang oleh syariat seperti mencuri, menipu, mengutil, berjudi, dan berkaitan dengan riba. Namun Allah menghalalkan harta yang didapat dari perdagangan dan pekerjaan muamalah yang dibolehkan syariat yang dilakukan dengan suka sama suka.

Maka dari itu, *khiyār* dalam akad jual beli hukumnya dibolehkan. Apalagi bila barang yang akan dibeli terdapat cacat yang bisa merugikan kepada pihak pembeli. Hak *khiyār* ditetapkan oleh syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi agar tidak dirugikan, sehingga kemashlahatan yang dituju tercapai dengan sebaik-baiknya. Status *khiyār* menurut ulama fikih adalah dibolehkan karena masing-masing pihak tidak ada yang merasa ditipu.

e. Hadis Riwayat Bukhari No. 2079:

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ يُوسُفَ، أَخْبَرَنَا مَالِكٌ، عَنْ نَافِعٍ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: أَلْمُتَبَايَعَانِ: كُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ عَلَى صَاحِبِهِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، إِلَّا بَيْعَ الْخِيَارِ. رواه البخاري.

Artinya: “Abdullah bin Yusuf memberi tahu kami, Malik memberi tahu kami, dari Nafi’, dari Abdullah bin ‘Umar R.A bahwa Rasulullah SAW bersabda: “Dua pengikut: masing-masing dengan pilihan atas

⁵¹ Tim penerjemah Departemen RI, *al-Qur’an*, hlm. 83.

pendampingnya yang tidak terpisah, kecuali dengan menjual opsi (jual beli *khiyar*)”.⁵²

Hadis di atas menjelaskan bahwa Rasulullah SAW bersabda, dua orang yang sedang melakukan akad jual beli masing-masing memiliki hak atas akadnya, yaitu hak *khiyār majlis* antara memilih untuk melanjutkan transaksi yang telah dilakukan atau membatalkannya selama mereka belum berpisah dari tempat melakukan akad jual beli tersebut.

f. *Ijma’* Ulama

Khiyar menurut *ijma’* ulama fikih hukumnya diperbolehkan, karena suatu keadaan yang sangat mendesak dan dalam mempertimbangkan kemaslahatan pada masing-masing pihak yang berakad.⁵³

3. Macam-Macam *Khiyār*

Salah satu prinsip dalam jual beli menurut syariat Islam, dalam transaksi jual beli dibolehkan hak untuk memilih apakah akan meneruskan jual beli atau akan membatalkannya dalam mewujudkan persyaratan suka sama suka dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Hak tersebut dinamakan *Khiyār*, himahnya untuk kemaslahatan bagi pihak-pihak yang melakukan transaksi itu sendiri. Karena adanya kondisi tertentu, *khiyār* dibagi menjadi beberapa macam, yaitu:

⁵² Ammi Nur Baits, *Pengantar Fiqh*, hlm. 109.

⁵³ Rahmadi Indra Tektona Wahyu, “Kepastian Hukum Pelaksanaan *Khiyar Syarat* dalam *Bai’ Salam Online* Melalui Instagram”, *Journal of Sharia Economics*, Vol. 2, No. 2, 2020, hlm. 13.

a. *Khiyār Majlis*

Majelis secara bahasa adalah bentuk *masdar mimi* dan *julus* yang berarti tempat duduk, dan maksud *majelis* akad menurut kalangan ahli fikih adalah tempat kedua orang yang berakad berada dari sejak mulai berakad sampai sempurna, berlaku dan wajibnya akad. Dengan begitu majelis akad merupakan tempat berkumpul dan terjadinya akad apapun keadaan pihak yang berakad. Artinya antara penjual dan pembeli boleh memilih akan melanjutkan jual beli atau membatalkannya, selama kedua masih berada dalam satu tempat atau majelis. *Khiyār majlis* boleh dilakukan dalam akad jual beli sesuai dengan ketentuan yang berlaku.⁵⁴

Baihaqi meriwayatkan bahwa Abdullah bin Umar berkata: “Saya telah menjual kepada Amirul Mu’minin Utsman r.a. harta di Wadi dengan hartanya di Khaibar. Ketika kami telah berjual beli, saya keluar dari rumahnya lantaran saya khawatir ia membatalkan jual belinya”.

Dalil-dalil yang menetapkan adanya hak *khiyār majlis*, yang menjadi pegangan jumbuh ulama dari para sahabat dan tabi’in termasuk Imam Syafi’I dan Ahmad. Yang menyalahi pendapat tersebut adalah Imam Malik dan Abu Hanifah, di mana tidak mengakui adanya *khiyār majlis*. Alasan fuqaha yang tidak menerima *khiyār majlis* itu karena kesamaran, sedangkan pada

⁵⁴ Muhammad Majdy Amiruddin, “*Khiyār* (hak untuk memilih) dalam Transaksi *On-Line*: Studi Komparasi antara Lazada, Zalora, dan Blibli”, *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1 No. 1. 2016, hlm. 56, <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/JES/article/view/2695/3382>, diakses pada 08 Agustus 2020.

dasarnya jual beli adalah kepastian. Pengikut Imam Malik berpendapat bahwa pengertian *khiyār* ialah memilih barang yang dijual.

Tetapi oleh karena kuatnya dalil yang menunjukkan adanya *Khiyār majlis*, dan bukan dari ijihad, melainkan nash yang terang maka kukuhlah kedudukan *khiyār majlis* tersebut. Dengan memperhatikan dalil-dalil itu, maka hak *khiyār majlis* menjadi gugur, apabila kedua belah pihak telah berpisah dari majlis akad.⁵⁵

Khiyar majlis sudah tidak berlaku atau dinyatakan telah habis apabila:

- 1) Keduanya memilih untuk meneruskan akad, apabila salah seorang di antara mereka memilih akan meneruskan akad, habislah *khiyār* dari pihaknya.
- 2) Keduanya sudah terpisah dari tempat jual beli, apabila menurut adat kebiasaan telah menghukum bahwa keadaan keduanya sudah terpisah, maka tetaplah meneruskan jual beli antara keduanya. Tetapi apabila adat kebiasaan mengatakan belum berpisah, masih terbukalah *khiyār* bagi keduanya. Kalau keduanya berselisih, yang mengatakan belum hendaklah dibenarkan dengan sumpahnya, karena yang asal belum berpisah.⁵⁶

⁵⁵ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik*, hlm. 103.

⁵⁶ Moh. Ah. Subhan Z.A., *Hak Pilih (Khiyar)*, hlm. 9.

b. Khiyār Syarat

Khiyār syarat yaitu *khiyār* yang disepakati dan ditetapkan waktu melangsungkan transaksi dengan jangka waktu berdasarkan kesepakatan bersama.⁵⁷ *Khiyār syarat* dalam jual beli contohnya yaitu penjualan yang di dalamnya disyaratkan sesuatu baik oleh penjual maupun oleh pembeli, seperti seseorang berkata “saya menjual rumah ini dengan harga Rp 10.000.000,00 dengan syarat *khiyār* selama tiga hari”.⁵⁸

Para ulama fikih menyatakan bahwa *khiyār syarat* menurut mereka hanya berlaku dalam transaksi yang mengikat kedua belah pihak, seperti jual beli, sewa menyewa, dan *ar-rahn* (jaminan hutang). Dan tidak berlaku untuk transaksi yang tidak mengikat seperti hibah, pinjam meminjam, perwakilan (*al-wakalah*), wasiat, jual beli pesanan (*bai' as-salam*) dan valuta asing. dalam jual beli pesanan disyaratkan pihak pembeli menyerahkan seluruh harga barang ketika akad disetujui, dan dalam akad valuta asing disyaratkan nilai tukar uang yang dijual belikan harus diserahkan dan dikuasai semua pihak setelah persetujuan dicapai dalam akad.

Para ulama fikih berbeda pendapat dalam menentukan jumlah hari yang dijadikan tenggang waktu dalam *khiyār syarat*. Menurut imam Syafi'i dan imam Abu Hanifah tenggang waktu *khiyār syarat* tidak boleh lebih dari tiga hari tiga malam, apabila lebih dari tiga hari maka akad diteruskan. Ulama

⁵⁷ Amir Syarifuddin, *Garis-garis*, hlm. 213.

⁵⁸ Hendi Suhendi, *Fiqh*, hlm. 84.

Malikiyah memberikan pendapat berbeda, bahwa tenggang waktu yang ditentukan sesuai dengan keperluan setiap obyek akad. Untuk buah-buahan tidak boleh lebih dari satu hari, sedangkan untuk pakaian dan hewan tidak boleh lebih dari tiga hari, sedangkan untuk obyek seperti tanah dan rumah diperlukan waktu yang lama.⁵⁹

c. *Khiyār Aib*

Khiyār aib adalah hak untuk membatalkan akad dengan mengembalikan barang karena adanya aib pada barang. Tidak semua cacat pada barang menyebabkan adanya *khiyār aib*, batasan aib yang membolehkan adanya *khiyār* adalah aib yang mengurangi nilai barang. Karena itu cacat ringan yang tidak signifikan tidak bisa menjadikan alasan pembatalan akad.⁶⁰

Menurut ulama Hanafiyah berpendapat bahwa *aib* pada *khiyār* adalah segala sesuatu yang menunjukkan adanya kekurangan dari aslinya, misalnya berkurang nilainya menurut adat, baik berkurang sedikit atau banyak. Sedangkan menurut ulama Syafi'iyah adalah segala sesuatu yang dapat dipandang berkurang nilainya dari barang yang dimaksud atau tidak adanya fungsi barang yang dimaksud, seperti sempitnya sepatu, membeli kambing, kambingnya sudah mati dan pembeli baru mengetahui bahwa kambing itu ada cacatnya, maka dia berhak meminta ganti rugi.⁶¹

⁵⁹ Moh. Ah. Subhan Z.A., Hak Pilih (*Khiyar*), hlm . 10.

⁶⁰ Ammi Nur Baits, *Pengantar*, hlm. 119.

⁶¹ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2000), hlm. 115.

Hak *khiyār* yang dapat diberikan kepada kedua belah pihak yaitu waktu menemukan barang atau uang yang diterimanya cacat, yang cacat tersebut telah ditemukan sebelum akad.⁶² Artinya dalam jual beli ini disyaratkan kesempurnaan benda-benda yang dibeli, seperti seseorang berkata “saya beli mobil itu seharga sekian, bila mobil itu cacat akan saya kembalikan”.

Adapun syarat-syarat berlakunya *khiyār aib* setelah diketahui adanya cacat barang tersebut adalah:

- 1) Cacat diketahui sebelum atau sesudah akad tetapi belum serah terima barang dan harga
- 2) Pembeli tidak mengetahui adanya cacat barang ketika akad berlangsung
- 3) Ketika akad berlangsung penjual tidak mensyaratkan bahwa apabila ada cacat tidak boleh dikembalikan
- 4) Cacat itu tidak hilang sampai dilakukan pembatalan akad
- 5) Apabila akad telah berlangsung dan pembeli mengetahui adanya cacat, dan pembeli rela maka tidak ada *khiyār* lagi.⁶³

Ada dua kemungkinan terlanjurnya pembelian barang yang bercacat: Pertama, karena pihak penjual tidak mengetahui bahwa barang jualannya cacat, karena isinya tersembunyi dalam kulit atau bungkusannya yang rapat. Kedua, karena adanya unsur kesengajaan menipu dengan

⁶² Amir Syarifuddin, *Garis*, hlm 214.

⁶³ Moh. Ah. Subhan Z.A., Hak Pilih (*Khiyar*), hlm. 12.

menyembunyikan cacat barang. Pada dasarnya kedua hal itu tetap memberikan hak *khiyār* kepada pihak pembeli.⁶⁴

4. *Khiyār* dalam Akad Jual Beli

Pada prinsipnya *khiyār* dapat berlaku pada akad jual beli, karena pada dasarnya meskipun barang-barang konsumsi yang diperjualbelikan itu dapat secara langsung dilihat dengan jelas wujudnya oleh pembeli, namun masih ada pertimbangan yang harus disepakati bersama oleh penjual dan pembeli. Menurut ulama Syafi'iah, melihat barang itu cukup dengan mencium bau dan merasakannya bila termasuk barang yang dapat dirasakan seperti madu, buah-buahan dan sesamanya. *Mabi'* macam itu sah diperjualbelikan dengan cara dilihat. Maka bilamana pembeli menemukan cacat maka dia punya *khiyār* mengembalikan. Demikian sudah dianggap cukup cara jual beli melihatnya saja, sebagai ganti mengetahui jumlah, timbang takaran atau ukurannya.⁶⁵

Yang dimaksud dengan cacat adalah kerusakan yang dapat mengurangi nilai atau sesuatu yang sangat berharga pada barang.⁶⁶ Sedangkan cacat tersembunyi dalam jual beli diartikan kerusakan yang tidak mudah dilihat oleh seorang pembeli secara normal, bukan karena seorang pembeli yang terlampau

⁶⁴ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik*, hlm. 107.

⁶⁵ Dewi Sri Indriati, "Penerapan *Khiyar* dalam Jual Beli", *Jurnal Ilmiah Al-Syirah*, Vol.2 No.2, 2016, hlm. 26, <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/742060>, diakses pada 18 Agustus 2020.

⁶⁶ Sudarsono, *Pokok-pokok Hukum Islam* (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), hlm. 124.

teliti, sebab mungkin juga bahwa orang terlampau teliti akan menemukan cacat tersebut.⁶⁷

Dalam sistem penerapan *khiyār* dalam jual beli bagi penjual diharapkan supaya bisa terbuka lagi mengenai barang dagangannya terhadap pembeli yang sedang membutuhkan, dalam artian penjual harus jujur mengatakan kualitas barang dagangannya seperti:⁶⁸

- a. Berkata benar dalam arti penjual tidak berbohong dalam mempromosikan barang dagangannya dan menetapkan harga.
- b. Menepati amanah merupakan moral yang mulia dengan maksud mengembalikan kepada pemilliknya, tidak mengambil hak melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain berupa harga maupun upahnya
- c. Jujur, seorang penjual harus berkata jujur dilandasi keinginan agar orang lain mendapat kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia inginkan dengan cara menjelaskan cacat barang yang diketahui.

Berbeda dengan proses *khiyār* dalam jual beli yang dilakukan di pasar-pasar atau secara langsung bertemu, proses *khiyār* dalam transaksi jual beli *online* atau *marketplace* adalah dimulai ketika tersambungny suatu percakapan atau terjadinya koneksi penjual dan pembeli melalui media sosial. Dari koneksi tersebut penjual dan pembeli membuat kesepakatan untuk mendapatkan kerelaan di antara pihak penjual dan pembeli.

⁶⁷ R. Subekti, *Aneka Perjanjian* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995), hlm. 20.

⁶⁸ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Penerjemah Zainal Arifin (Jakarta: Gema Insan Press, 2000), hlm. 178.

Dari koneksi tersebut juga bisa membuat persyaratan-persyaratan atau yang biasa disebut dengan *khiyar syarat* layaknya jual beli di toko-toko, begitu juga dengan *khiyār aib* tergantung kesepakatan yang dibuat, apakah pembeli mengajukan *khiyār aib* atau tidak dalam transaksi atau setujuakah penjual dalam transaksi jual beli terhadap adanya pengajuan *khiyār aib* oleh pembeli.⁶⁹

C. Reseller pada Marketplace

1. Pengertian Reseller

Reseller atau penjual kembali adalah konsumen yang membeli barang untuk dijual kembali kepada konsumen akhir. *Reseller* adalah sebutan bagi orang yang menjual barang dari distributor atau agen *marketplace* kepada konsumen secara langsung. Jadi, dapat dipastikan bahwa *reseller* diposisikan sebagai orang yang memiliki barang secara sah dan berjumpa dengan konsumen secara langsung.⁷⁰

Reseller jika dilihat dari segi pengertian sistem dalam jual beli *online* dengan ketentuan menjual kembali sebuah barang dari *supplier* dengan menyetok barang, tetapi sebagai syarat menjadi *reseller* diharuskan untuk membeli produk *supplier* terlebih dahulu atau lebih singkatnya toko *online* yang menjualkan kembali barang yang sudah dibelinya kepada konsumen. Jadi, *reseller* akan mencari dan membeli barang dari *supplier* atau distributor yang

⁶⁹ Moh. Ah. Subhan Z.A., Hak Pilih (*Khiyar*), hlm. 14

⁷⁰ Arbi Hidayat, Tanggung Jawab *Reseller*, hlm. 5.

bisa mengirim produk untuknya, kemudian menyetoknya, dan menjualnya dengan harga lebih tinggi dari harga beli untuk mendapatkannya.⁷¹

Reseller merupakan sebuah penjual yang menjual barang milik penjual lain (bukan barang produksi miliknya). Sehingga *reseller* sendiri mampu membantu memasarkan penjualan dari penjual lain. Sistem yang diterapkan *reseller* dalam ilmu manajemen termasuk sebagai strategi distribusi tak langsung (*indirect*). Distribusi tak langsung sendiri memiliki pengertian penyaluran atau penjualan barang dari produsen kepada konsumen melalui perantara yang dilakukan oleh agen, makelar atau *reseller*.⁷²

Reseller adalah sebuah kelompok “perusahaan” atau individu “perorangan” yang membeli barang atau jasa dengan tujuan untuk menjualnya kembali. Bukan untuk dikonsumsi atau digunakan sendiri, namun untuk dijual kembali, guna untuk memperoleh keuntungan dari hasil penjualannya tersebut.⁷³

Reseller adalah pedagang dapat juga dikatakan sebagai konsumen, sebab ia tidak memproduksi barang melainkan hanya menjual kembali barang yang diambil dari pihak produsen serta menjualnya kembali ke pihak konsumen yang

⁷¹ Ahmad Syafii, *Step by step bisnis Dropshipping & reseller* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013), hlm. 3.

⁷² Nur Hasanah, “Analisis Mekanisme Dropshipper dan Reseller di Toko Online S3 Komputer Surabaya”, *Skripsi*, Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.

⁷³ Rosyana Dewi, “Sistem Pemesanan Produk pada Reseller Baju Muslimah Menggunakan Metode User Centered Design”, *Naskah Publikasi*, Yogyakarta: Universitas Teknologi Yogyakarta, 2020.

sesungguhnya. Peran *reseller* menjadi sangat penting karena sebagai saluran distribusi, terutama untuk barang-barang konsumsi.⁷⁴

2. Pengertian *Marketplace*

Marketplace adalah perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya biasanya melalui situs atau aplikasi ponsel pintar.⁷⁵ *Marketplace* merupakan sebuah pasar virtual dimana pasar tersebut menjadi tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi.⁷⁶ *Marketplace* merupakan situs jual beli *online* yang menawarkan layanan penjualan secara lengkap. Artinya, kegiatan promosi hingga transaksi jual beli semuanya dilayani dengan sistem yang sudah teruji.⁷⁷

Marketplace atau elektronik *marketplace* merupakan sebuah pasar virtual dimana pasar tersebut menjadi tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi. *Marketplace* merupakan arena tempat bertemunya berbagai pihak atau entiti yang memiliki tujuan utama untuk berdagang (transaksi jual beli). Produk atau jasa yang paling cocok untuk diperdagangkan dalam *marketplace* ini adalah yang bersifat komoditas. Alasannya adalah karena selain sesuai dengan karakteristik transaksi dagang yang cepat dan

⁷⁴ Teddy Pawitra, *Perilaku konsumen*, hlm. 306.

⁷⁵ Rahman, dkk, "Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust Terhadap ZALORA's Application User Satisfaction. *Bachelor thesis*, Universitas Pelita Harapan. 2020. hlm. 3.

⁷⁶ Betti Dame Hutauruk, "Analisis dan Perancangan Aplikasi *Marketplace* Cinderamata Khas Batak Berbasis Android, *Jurnal Methodika*, Vol. 3 No. 1, 2017, hlm. 243, <http://methodika.net/index.php/jurnalmethodika/article/view/41/42#>, diakses pada 05 September 2020.

⁷⁷ Wati Susiawati, "Jual Beli dan dalam Konteks Kekinian" *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 8, Nomor 2, 2017, hlm. 182, <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei/article/view/836>, diakses pada 05 September 2020.

berjangka pendek, barang-barang komoditas ini mudah sekali menentukan harganya sehingga tidak sulit jika dipertukarkan secara internasional (dengan memakai standar pembayaran semacam kartu kredit dan transfer bank).⁷⁸

Konsep jual beli pada *marketplace*, merupakan sebuah konsep di bidang bisnis yang menyediakan tempat berupa situs atau website (*platform*) bagi para penjual untuk menjual produk-produknya dan juga memfasilitasi transaksi uang secara online.⁷⁹ *Marketplace* adalah jenis situs *e-commerce* dimana produk atau layanan informasi yang bisa disediakan oleh beberapa pihak ketiga, sedangkan transaksi diproses oleh operator.⁸⁰

Berdasarkan definisi di atas *marketplace* merupakan sebuah wadah jual beli yang melakukan kegiatan menjual suatu barang ataupun jasa kepada para pembeli. *Marketplace* merupakan bentuk pasar yang menggunakan media elektronik atau *online*. Di Indonesia, PT Tokopedia Indonesia adalah salah satu contoh model bisnis *marketplace*. *Marketplace* dapat diilustrasikan sebagai sebuah pasar tradisional yang mempunyai banyak orang berkumpul di dalam satu tempat untuk melakukan kegiatan-kegiatan jual beli secara *online*.

⁷⁸ Richardus Eko Indrajit, “Evolusi E-Marketplace”, E-Artikel Sistem dan Teknologi Informasi, Ekoji999 Nomor 069, hlm. 2, <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38272229/Ekoji999-Edisi069-16Nov12-EvolusiEMarketplace.pdf>, diakses pada 05 September 2020.

⁷⁹ Novitasari, Mia Andika Sari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Online Di Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta Dan Masyarakat Pengguna Aktif Media Sosial)”, Jurnal Ekonomi Bisnis Vol. 18 No. 2, hlm. 98, <http://jurnal.pnj.ac.id/index.php/ekbis/article/view/2490/pdf>, diakses pada 06 September 2020.

⁸⁰ Irma Kurnia Juliany, “Perancangan Sistem Informasi E-Marketplace Bank Sampah Berbasis Web”, Jurnal Semnasteknomedia Online, Vol. 6, No. 1, 2018, <https://www.ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/view/2017/1826>, diakses pada 05 September 2020.

Biasanya pihak *marketplace* berperan sebagai perantara penjual dan pembeli dalam bentuk *website* yang bertujuan untuk memudahhi pertemuan dan melakukan transaksi secara legal antara pihak penjual dengan pembeli.⁸¹

3. Dasar Hukum Jual Beli sebagai *Reseller Marketplace*

Islam mengenal istilah jual beli yang berarti tukar menukar barang, jasa atau sesuatu yang memberi manfaat dengan tata cara yang ditentukan. Di dalam fikih muamalah di antaranya adalah jual beli, hutang piutang, pemberian upah, serikat usaha, patungan dan lain-lain. Sebagaimana keterangan dan penjelasan mengenai dasar hukum hingga persyaratan transaksi jual beli *online marketplace* dalam hukum islam, apabila dilihat secara sepintas mungkin mengarah pada tidak dibolehkannya transaksi secara *online*, disebabkan ketidakjelasan tempat dan tidak hadirnya kedua pihak yang terlibat dalam tempat.⁸² Namun terdapat Firman Allah SWT dalam al-Qur'an yang mengandung tentang kebolehan melakukan jual beli *online*:

a. Qur'an Surat al-Baqarah: 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يُب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ

⁸¹ Bala Putra Dewa, Djoko Budiyanto Setyohadi, "Analisis Dampak Faktor Customer Relationship Management dalam Melihat Tingkat Kepuasan dan Loyalitas pada Pelanggan Marketplace di Indonesia", *Jurnal Telematika*, Vol. 14, No. 01, 2017, hlm. 35, <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/telematika/article/viewFile/1964/1748>, diakses pada 05 September 2020.

⁸² Rodame Monitorir Napitupulu, "Pandangan Islam Terhadap Jual Beli Online", *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 2, hlm. 133, <http://repo.iainpadangsidempuan.ac.id/293/1/Rodame%20Monitorir%20Napitupulu.pdf>, diakses pada 06 September 2020.

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.⁸³

Maksud kandungan ayat di atas yaitu seseorang diperintahkan untuk mencatatkan dan menuliskan segala sesuatu transaksi yang dilakukan secara *online* agar ada pembukuan yang lebih detail dan jelas untuk menakar keuntungan dan kerugian dari penjualan tersebut. Jual beli *online* sebagai *reseller* pada *marketplace* yang dilakukan melalui media komunikasi yang memudahkan antara penjual dan pembeli yang berjarak telah memenuhi kriteria pada ayat di atas.

b. *Ijma'* Para Ulama

Hukum mengenai jual beli sebagai *reseller marketplace*, para ulama sepakat membolehkan disebabkan karena barang sudah menjadi milik *reseller* dari *supplier*.⁸⁴

c. Undang-Undang No. 19 Tahun 2016

Jual beli *online* dapat dikaitkan dengan UU No.11 Tahun 2008 tentang Informasi Teknologi Elektronik (ITE) dan telah direvisi menjadi UU No. 19 tahun 2016 tentang ITE disahkan dan ditetapkan 25 November 2016 dalam kegiatan yang berkenaan dengan dunia informasi dan transaksi yang

⁸³ Tim penerjemah Departemen RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2006), hlm. 37.

⁸⁴ Muhammad Syamsudin, "Hukum Jual Beli Sistem *Dropship* dan *Reseller*" <https://islam.nu.or.id/post/read/95584/hukum-jual-beli-sistem-dropship-dan-reseller>, diakses 20 pada Februari 2021.

menggunakan media elektronik. Menurut pasal 1 ayat 2 UU No. 19 Tahun 2016 tentang ITE menjelaskan tentang transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Dalam jual beli *online* banyak para konsumen mengeluh karena tidak semua produk yang ditawarkan pada jual beli *online* itu sama persis dengan senyatanya, maka untuk melindungi kepentingan konsumen pada Pasal 28 ayat 1 UU No. 11 tahun 2008 tentang ITE menjelaskan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.⁸⁵

4. Jenis-Jenis *Marketplace*

Dengan bantuan internet, sekarang kita tidak harus lagi terpaku di satu tempat untuk mengelola bisnis kita. Kita bisa mengakses dan mengelolanya dari mana saja dan kapan saja selama masih ada akses internet. Sehingga waktu kita lebih fleksibel dan lebih optimal.⁸⁶ Jumlah situs *marketplace* di Indonesia mengalami peningkatan dalam beberapa tahun belakangan. Beberapa situs *marketplace* yang populer di Indonesia adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Zalora, Bli-bli, dan Lazada. Situs-situs *marketplace* adalah perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya. Situs *marketplace*

⁸⁵ Tira Nur Fitria, “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 3, No. 1, 2017, hlm. 58-59, <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/99/87>, diakses pada 17 September 2020.

⁸⁶ Wati Susiawati, “Jual Beli dan Dalam Konteks Kekinian”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 2, 2017, hlm. 181, <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei/article/view/836>, diakses pada 05 September 2020.

bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi *online* dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. Pada umumnya terdapat dua jenis kerja sama di situs *marketplace* Indonesia, yaitu *marketplace* murni dan konsinyasi.⁸⁷

a. *Marketplace* Murni

Kerjasama *marketplace* murni adalah ketika situs *marketplace* hanya menyediakan lapak untuk berjualan dan fasilitas pembayaran. Penjual yang melakukan kerjasama *marketplace* diberikan keleluasaan lebih banyak dibandingkan kerjasama konsinyasi. Penjual berkewajiban untuk menyediakan deskripsi dan foto produk secara mandiri. Selain itu, penjual juga dapat menerima penawaran harga dari pembeli. Jadi sebelum melakukan pembayaran, pembeli dapat melakukan penawaran harga kepada penjual. Setelah mendapatkan harga yang disepakati oleh kedua belah pihak, pembeli bisa mengirimkan sejumlah uang ke rekening yang disediakan *marketplace*.

Contoh *marketplace* murni yang populer di Indonesia dengan jenis kerjasama pertama adalah Tokopedia, Bukalapak, Elevenia, Blanja, dan BliBli. Beberapa contoh *marketplace* dari luar negeri yang populer di Indonesia adalah Shopee (Singapura), Lazada (Singapura), JD.ID

⁸⁷ Yulia Segarwati, dkk, "Pengembangan Pemasaran Online Untuk Pelaku Usaha Di Desa Warnasari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung", *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 2, No. 2, 2020, hlm. 50-51, <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/KA/article/view/2066>, diakses pada 08 September 2020.

(Tiongkok), Amazon (Amerika Serikat), dan Rakuten (Jepang). Tokopedia merupakan situs terpercaya dan paling banyak dikunjungi di Indonesia.

b. *Marketplace* Konsinyasi

Marketplace konsinyasi atau istilah mudahnya adalah titip barang. Jika penjual melakukan kerjasama konsinyasi dengan situs *ecommerce*, ia hanya perlu menyediakan produk dan detail informasi ke pihak *ecommerce*. Salah satu contoh *marketplace* di Indonesia yang menyediakan kerjasama konsinyasi adalah Zalora dan Berrybenka. Pihak situs *ecommerce* akan mengurus penjualan dari foto produk, gudang, pengiriman barang, hingga fasilitas pembayaran. Berbeda dari jenis kerjasama *marketplace* murni sebelumnya, jenis kerjasama ini pembeli tidak bisa melakukan penawaran harga karena alur semua alur transaksi ditangani oleh situs *ecommerce*. Perbedaan mendasarnya terletak pada tanggung jawab penjual dan alur transaksinya. Alur transaksi di *marketplace* murni terjadi langsung antara penjual dan pembeli, sedangkan kerjasama konsinyasi semua alur transaksi langsung ditangani situs *ecommerce*.

5. Metode *Display Marketplace*

Di dalam jual beli *online marketplace* terdapat 5 pihak yang terlibat dalam *marketplace* yaitu pihak pembeli (*reseller* dan *dropshipper*), pihak penjual (*supplier*), pihak lembaga keuangan (*payment gateway*), pihak ekspedisi, pihak pengelola *marketplace*. *Reseller* yaitu sistem jual beli yang dilakukan

dengan cara menjual kembali barang dari *supplier*. Berbeda dengan *dropshipping* adalah sistem jual beli tanpa modal, karena penjual tidak perlu menyediakan stok barang pada pembeli. Sementara itu, *supplier* berperan menyediakan stok dan melakukan pengiriman barang atas nama *dropshipper*.

Setelah membuat akun di *marketplace*, *reseller* dapat langsung berbelanja dengan cara mengikuti prosedur berbelanja pada *marketplace*. Pada dasarnya *reseller* dalam memperoleh barang dagangannya melalui *marketplace*, mereka mencari *supplier-supplier* terpercaya yang menjual barangnya dengan harga grosir namun memiliki kualitas yang bagus, sehingga ketika dijual kembali *reseller* memperoleh keuntungan. Berbelanja di *marketplace* memudahkan penjual untuk membandingkan harga dari tempat lain tanpa harus keluar rumah untuk keliling toko.

Sistem jual beli *online* pada *marketplace*, memudahkan *reseller* untuk berjualan dengan sistem *Pre-Order* (PO) atau barang sudah tersedia (*Ready stock*). Sistem PO yaitu proses di mana *reseller* harus melakukan pemesanan barang kepada *supplier* terlebih dahulu, kemudian menunggu sampai barang datang. Sedangkan barang yang *ready stock* adalah sistem dimana barang sudah tersedia siap dikirim, dijual atau diserahkan kepada pembeli. Keadaan PO atau *ready* suatu barang dilihat dari kepemilikan suatu barang tersebut, apabila PO berarti barang belum dimiliki oleh penjual dan masih berada di tangan *supplier*. Sedangkan *ready* berarti barang sudah menjadi hak milik dari *reseller* dan siap untuk dijual atau dikirim ke pembeli.

Ada dua jenis toko *online* yang dijalankan sebagai *reseller* pada *marketplace* yaitu dengan sistem *Pre-Order* (PO) dan barang sudah tersedia (*ready stock*). Yang pertama, *reseller* akan mempromosikan suatu barang dari *supplier* yang sudah dinaikkan harganya, ketika ada yang memesan *reseller* baru memesan kepada *supplier*, setelah barang datang di alamat *reseller* baru akan mengirim kepada pembelinya, disini *reseller* adalah tangan kedua yang akan menyalurkan barang yang diinginkan oleh pembeli atau konsumen akhir. Yang kedua, barang yang sudah tersedia di toko atau menjadi milik *reseller* yang siap untuk dijual dan dikirim ke pembeli.

Marketplace murni seperti Tokopedia dan Shopee menyediakan fasilitas untuk berjualan dan pembayaran yang dikelola sendiri oleh penjual tersebut. Penjual hanya berkewajiban untuk menyediakan deskripsi dan foto produk secara mandiri untuk ditampilkan.⁸⁸ Namun, penjual memiliki kebebasan dalam membuat *brand logo*, katalog produk dan penjual tidak harus memiliki toko fisik Berbeda dengan *marketplace* konsinyasi seperti Zalora memberikan sejumlah batasan-batasan untuk menjadi lapak di Zalora. Seperti mengharuskan untuk dapat melampirkan sebuah proposal berupa: *company profile*, *brand logo*, *company address*, *social media account*, *produk catalog*, lapak sudah dikenal di dunia *offline*, sudah berjualan di *department store*, atau *online store*

⁸⁸ Metode Display Marketplace Shopee, <http://www.shopee.co.id>, diakses pada 08 September 2020.

yang sudah *established*, setelah semua sudah dapat disertakan maka team Zalora akan melakukan *review* terhadap calon lapaknya.⁸⁹

6. Metode Pembayaran pada *Marketplace*

Dalam proses transaksi jual beli melalui *marketplace* seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Bukalapak*, dll pada saat melakukan pembayaran, pembeli dapat melakukan dengan metode sebagai berikut:⁹⁰

- a. Transfer antar Bank, pembeli dapat melakukan pembayaran dengan cara mentransferkan melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM) atau transfer via bank internet ke rekening *marketplace*.
- b. Kartu Kredit, pembayaran dengan kartu diproses melalui saluran pembayar pihak ketiga dan jenis kartu kredit yang bermitra dengan *marketplace*.
- c. *Cash On Delivery (COD)*, adalah layanan dimana konsumen atau pembeli sepakat dengan penjual untuk membayar ketika barang yang di belinya sampai ke alamat pengirim.⁹¹
- d. Gerai toko Alfamart/Alfamidi/Indomaret, konsumen menunjukkan kode pembayaran yang diberikan oleh *marketplace* kepada kasir gerai

⁸⁹ Metode Display Marketplace Zalora. <http://www.zalora.co.id>, diakses pada 10 September 2020.

⁹⁰ Diyah Ayu Minuriha, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam Marketplace Online Shopee di Kalangan Mahasiswa UINSA Surabaya, *Skripsi*, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018.

⁹¹ Reksi Mulyapati, Windy Agasia, Perancangan Startup Bayarape.Com Payment Point Dengan Metode Pembayaran COD, *Jurnal Enter*, Vol. 2, 2019, <http://www.sisfotenika.stmikpontianak.ac.id/index.php/enter/article/view/861/624>, diakses pada 07 September 2020.

Alfamart/Alfamidi/Indomart. Kemudian konsumen membayar sejumlah tagihan beserta biaya admin.

e. Dompot Digital (*E-Wallet*)

Dompot digital atau *e-wallet* merupakan *mobile payment* yang tergolong kategori *electronic wallet*, yang termasuk transaksi non-tunai, tidak menggunakan media seperti kartu, dan melakukan transaksi melalui kanal elektronik. Berbeda dengan kartu debit atau kartu kredit, transaksi menggunakan *e-wallet* tidak secara langsung melalui pihak ketiga.⁹² Seperti *OVO* yang telah bekerjasama dengan Tokopedia, Bukalapak melakukan migrasi kepada DANA yang merupakan pihak yang telah mendapatkan izin penerbit uang elektronik Bank Indonesia untuk melakukan kegiatan di sektor sistem pembayaran, *Shopeepay* yang digunakan untuk melakukan pembayaran pada Shopee. Dan pembayaran Zalora dapat dilakukan dengan menggunakan fitur *My Wallet* yang diisi menggunakan *Pay pal*.⁹³

7. Metode Pengembalian pada *Marketplace*

Pengembalian barang bisa disebut dengan *return* pembelian, adalah pengembalian barang dagangan yang telah dibeli dan *return* penjualan adalah

⁹² Daniel Hartono Wibowo Chandra, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Penggunaan Dompot Digital Di Kota Surabaya”, *Skripsi*, Surabaya: Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, 2020.

⁹³ Elsa Debora Manurung, “Kepastian Hukum Dalam Penyelenggaraan Layanan Dompot Elektronik Dalam Sistem Pembayaran Dikaitkan Dengan Prinsip Lancar, Aman, Efisien, Dan Andal Andal berdasarkan PBI Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik”, *Jurnal Jurisprudence*, Vol 10, No. 1, 2020, hlm. 34.

penerimaan kembali barang yang telah dijual.⁹⁴ Pengembalian (*return*) adalah, proses mengembalikan barang yang telah dikirim oleh penjual dan diterima oleh pembeli dengan alasan rusak ataupun cacat.⁹⁵ pengembalian barang terjadi jika barang yang telah diterima pelanggan ternyata bermasalah dan tidak berfungsi, maka barang akan diretur.⁹⁶

a. Pengembalian Produk *Marketplace* Murni

Metode pengembalian dan penukaran produk-produk yang telah dibeli dari *marketplace* dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam kebijakan pengembalian (*return policy*) yang ditetapkan oleh masing-masing penjual (*merchant*) produk-produk. Secara umum, *marketplace* hanya menerima pengembalian produk cacat produksi yang menyebabkan tidak bisa berfungsi sebagaimana mestinya. Produk yang akan dikembalikan harus dalam kondisi baru dan belum digunakan. Untuk produk-produk yang dilengkapi dengan segel garansi, segel garansi tersebut harus dalam keadaan utuh.

Marketplace murni memfasilitasi proses pengembalian atau penukaran produk yang telah dibeli karena cacat produk dengan menyediakan halaman

⁹⁴ Intan Nairobi, “Penggantian Barang Dalam Jual Beli Grosir Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Toko Tekstil dan Pakaian di Mega Mall Kota Metro)”, *Skripsi* diterbitkan, (Fakultas Ekonomi Islam IAIN Metro, 2017), hlm. 19.

⁹⁵ Irma Ardianti, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Barang Retur (Studi Kasus di Toko Bangunan UD Sinar Alam Mojokerto)”, *Skripsi*, Mojokerto: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018.

⁹⁶ Rizcha Wahyu Purbayanti, Lis Suryadi, “Rancangan Sistem Informasi Jual Beli Buku Berbasis Web Pada Pt Pustaka Ukhuwah Dengan Metodologi Berorientasi Obyek” *Jurnal Idealis*, Vol. 2, No. 3, 2019, hlm. 38. <http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/565/535>. Diakses tanggal 2 Desember 2020.

return policy. Pada halaman yang disediakan, pembeli dapat melaporkan kerusakan produk dengan memberikan foto dan deskripsi singkat mengenai kerusakan produk tersebut dalam kurun 24 jam dari waktu pembeli menerima produk. Laporan kerusakan harus disertai dengan nomor pemesanan (*order number*).

Kemudian pembeli dapat memilih pengembalian produk mana saja yang hendak dikembalikan. Apabila permintaan pengembalian produk disetujui oleh pihak penjual, pembeli dapat langsung mengirim produk tersebut ke alamat penjual dengan biaya ongkos kirim yang ditanggung oleh pembeli.

b. Pengembalian Produk *Marketplace* Konsinyasi

Berbeda dengan *marketplace* murni, suatu transaksi jual beli secara *online* di *marketplace* konsinyasi adalah pihak situs *marketplace* mengurus seluruh hal termasuk penjualan dan pengembalian produk. Apabila pembeli ingin membatalkan pesanan yang telah dilakukan, pembeli dapat langsung menghubungi Tim Layanan pelanggan Zalora di +622129490100. Pesanan pembeli yang apabila telah dikirimkan oleh pihak Zalora, maka pembatalan pesanan tidak dapat dilakukan lagi. Tetapi, pembeli dapat mengembalikan produk yang telah dipesan ke pihak Zalora dengan mengikuti ketentuan-ketentuan atau pedoman toko Zalora.

Sebelum melakukan pengembalian produk maka pembeli harus memperhatikan ketentuan-ketentuan produk yang akan dikembalikan yaitu produk harus dikembalikan dalam jangka waktu 30 hari sejak produk

diterima, produk harus belum digunakan, tag produk tidak boleh rusak, produk dikirim disertai slip pengembalian yang terdapat di dalam kemasan produk, produk yang dikembalikan harus dalam kondisi yang sama seperti yang diterima. Apabila produk memenuhi ketentuan tersebut maka dapat dilakukan metode pengembalian produk ke pihak Zalora adalah sebagai berikut:

- 1) Mengisi formulir pengembalian secara *online* melalui web atau situs Zalora. Pembeli masuk ke akun Zalora lalu memilih bagian “Penukaran dan Pengembalian”, kemudian memilih produk apa saja yang dikembalikan.
- 2) Kemasan produk yang dikembalikan harus rapi dengan plastik atau box dari Zalora yang dikirimkan ke pembeli kemudian pembeli harus menempelkan slip pengembalian di bagian terluar kemasan.
- 3) Kirim produk ke gudang Zalora dapat dilakukan melalui jasa pengiriman. Ongkos kirim pengembalian produk Zalora ditanggung oleh pihak Zalora dengan ongkos maksimal sebesar Rp 30.000,- (tiga puluh ribu rupiah). Zalora juga menyediakan jasa *pick up* dan *drop off* dimana pihak Zalora akan menjemput di alamat yang ditentukan oleh pembeli.
- 4) Tunggu notifikasi dari pihak Zalora melalui *e-mail*

Setelah permintaan pengembalian (*return request*) diterima dan diproses oleh *customer service center*, maka *customer service* akan segera menghubungi pembeli melalui alamat surat elektronik (*email*) atau

telepon untuk mengkonfirmasi *return request*. Apabila *return request* disetujui, *customer service* akan memberikan informasi mengenai metode pengiriman produk yang dikembalikan.⁹⁷



⁹⁷ Muhammad Majdy Amiruddin, “*Khiyār* (hak untuk memilih) dalam Transaksi *On-Line*: Studi Komparasi antara Lazada, Zalora dan Blibli”, *Jurnal Alfalah*, Vol. 1, No. 1, 2016, hlm. 59.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang akan dilakukan untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan penelitian, yang akan peneliti jabarkan dengan rincian sebagai berikut:

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang data dan informasinya di wilayah kerja penelitian.⁹⁸ Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut. Kemudian, dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah.⁹⁹ Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dalam arti kehidupan sebenarnya. Maksudnya adalah penelitian yang bertujuan untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang sedang tengah terjadi pada suatu saat di masyarakat.¹⁰⁰

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif ialah metode yang di dalam usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya mempergunakan aspek-aspek kecenderungan, non

⁹⁸ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 34.

⁹⁹ Abdurrohmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 96.

¹⁰⁰ Kartini Kartono, *Pengantar Metode Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 1986), hlm. 28.

perhitungan numerik, situasional deskriptif, *interview* mendalam, dan analisis isi.¹⁰¹ Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*) dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.¹⁰² Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.¹⁰³

B. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan normatif dan sosiologis. Menurut Khairudin Nasution yang dimaksud dengan pendekatan normatif adalah studi Islam yang menggunakan pendekatan legal-formal. Dalam hal ini yang dimaksud dengan legal formal adalah hal-hal yang terkait dengan halal-haram, salah-benar, berpahala-berdosa, boleh dan tidak boleh, dan lain sebagainya. Sedangkan yang dimaksud dengan normatif adalah semua ajaran yang terkandung dalam *nash*.¹⁰⁴

Sementara dalam memotret realitas penelitian ini juga menggunakan pendekatan sosiologis, pendekatan sosiologis adalah mengidentifikasi dan

¹⁰¹ Lukas Musianto, "Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 2, 2002, hlm. 125, <http://203.189.120.189/ejournal/index.php/man/article/view/15628/15620>, diakses pada 17 September 2020.

¹⁰² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 14.

¹⁰³ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 3.

¹⁰⁴ Khairudin Nasution, *Pengantar Studi Islam* (Yogyakarta: Academia Tafazza, 2009), hlm. 153.

mengkonsepsikan hukum sebagai institusi sosial yang riil dan fungsional dalam sistem kehidupan nyata.¹⁰⁵ Menurut Soerjono Soekanto mengartikan sosiologi adalah suatu ilmu pengetahuan yang menetapkan ke arah mana sesuatu seharusnya berkembang dalam arti memberi petunjuk yang menyangkut kebijaksanaan masyarakatan dari proses kehidupan bersama tersebut. Pendekatan sosiologi dalam memahami realitas agama sangat penting, karena banyaknya keterkaitan agama dengan berbagai masalah sosial.¹⁰⁶

Dalam skripsi ini, peneliti meneliti tentang praktik jual beli dan *khiyār* jual beli sebagai *reseller marketplace*. Kemudian dari data-data yang diperoleh peneliti menyesuaikan dengan ketentuan-ketentuan yang terdapat pada al-Qur'an, hadis dan *ijma'* para ulama.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun tempat penelitian yang dipilih untuk menyusun penelitian ini supaya mendapatkan data yang akurat yaitu di Toko Rumah Fadilla di Purwokerto yang beralamat Jl. Patriot RT 02 RW 03 No. 38 Kelurahan Karangpucung, Kecamatan Purwokerto Selatan. Waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti berlangsung dari bulan Agustus 2020 hingga November 2020. Alasan memilih tempat penelitian karena toko Rumah Fadilla Purwokerto sudah lama berdiri sebelum ada pesaingnya di daerah Karangpucung khususnya, sehingga ketertarikan dan kepercayaan pelanggan untuk membeli di toko ini begitu besar dan berpengaruh.

¹⁰⁵ Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: Universitas Indonesia Pers, 1986), hlm. 51.

¹⁰⁶ Soejono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: CV Rajawali, cet. 1, 1982), hlm. 53

Selain itu toko Rumah Fadila Purwokerto juga memanfaatkan pemasangan iklan di media sosial seperti *facebook*, *whatsapp* dan *instagram*, sehingga tingkat ketertarikan pelanggan semakin tinggi. Dengan mengedepankan kualitas dan kuantitas produk yang mengikuti *trend* perkembangan zaman sehingga stok yang dijual di toko Rumah Fadila Purwokerto begitu *update* dan diminati hampir semua kalangan usia.¹⁰⁷

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data merupakan subjek darimana data dapat diperoleh. Sumber data tersebut dimanfaatkan untuk mendapatkan objek dalam penelitian ini yang berupa praktik jual beli dan pengembalian barang sebagai *reseller* yang tidak sesuai ekspektasi di Toko Rumah Fadila Purwokerto. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sumbernya meliputi:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer ialah data yang didapat dari sumber pertama atau sumber asli. Sumber data primer adalah data yang diterima secara langsung dari lapangan tempat melakukan penelitian.¹⁰⁸ Data primer ialah data yang diperoleh langsung dari responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini. Data-data tersebut mencakup data yang diperlukan oleh penyelidik untuk tujuan yang

¹⁰⁷ Lestari Handayani Pemilik Toko Rumah Fadila Purwokerto, *wawancara*, pada tanggal 20 September 2020.

¹⁰⁸ Usman Rianse, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 212.

khusus itu.¹⁰⁹ Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Misalnya produsen suatu produk kosmetik ingin mengetahui perilaku konsumen terhadap produk tersebut, maka diadakanlah wawancara atau pengisian kuesioner pada konsumennya.¹¹⁰

Maka data yang diajukan dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari subjek penelitian yaitu Ibu Lestari Handayani pemilik/*owner* Toko Rumah Fadila Purwokerto yang menjelaskan 5 pelanggan yang datang langsung ke toko, 5 pelanggan yang membeli melalui fitur *online* (*WhatsApp, Instagram, Facebook*), dan 3 pelanggan yang membeli melalui *online* kemudian meminta barangnya untuk diteruskan kepada penjual dikarenakan alasan tertentu.¹¹¹ Data tersebut nantinya diolah dengan kalimat deskriptif sesuai data di lapangan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan oleh pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lain yang bukan merupakan pengolahnya tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada umumnya

¹⁰⁹ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Tarsito, 1982), hlm. 163.

¹¹⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 42.

¹¹¹ Lestari handayani, *wawancara & observasi*, pada tanggal 10 Oktober 2020.

bisa berupa catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan.¹¹²

Sumber data sekunder dikumpulkan oleh peneliti dengan tujuan yang berlainan dengan tujuan seorang peneliti tertentu, peneliti harus mempertimbangkan bagaimana ia dapat memanfaatkan bahan itu guna keperluan penelitiannya sendiri. Data itu dapat digunakan untuk memperoleh generalisasi yang bersifat ilmiah atau memperoleh pengetahuan ilmiah yang baru, dan dapat pula berguna sebagai pelengkap informasi yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Kemudian data tersebut dapat juga memperkuat penelitian atau pengetahuan yang telah ada.¹¹³

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder berupa buku, serta jurnal ilmiah yang didapatkan secara *online* melalui *google scholar* atau *google cendekia*. Hal ini dilakukan untuk mempertimbangkan bagaimana konsep kajian yang ditawarkan dari masing-masing data tersebut untuk digunakan keperluan penelitian yang bersifat ilmiah dan pelengkap informasi pengetahuan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, sumber, dan berbagai

¹¹² Rosady Ruslan, *Public*, hlm. 138.

¹¹³ S. Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara. 2014), hlm. 143.

cara. Apabila dilihat dari segi *setting*, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (*natural setting*), seperti laboratorium dengan eksperimen, di sekolah dengan tenaga pendidik, di rumah dengan berbagai responden. Bila dilihat dari sumber datanya, maka yang dapat digunakan adalah sumber primer dan sumber sekunder. Selanjutnya apabila dilihat dari segi cara, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi, dan gabungan (triangulasi).¹¹⁴

Metode pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.¹¹⁵ Dalam penelitian kualitatif, metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, maka peneliti menggunakan metode triangulasi, dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang sedang diteliti.¹¹⁶ Teknik observasi dilakukan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, dan bila

¹¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 308.

¹¹⁵ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 57.

¹¹⁶ A. Chaedar Alwasilah, *Pokoknya Kualitatif* (Jakarta: Pustaka Jaya, 2011), hlm. 87.

responden yang diamati tidak terlalu besar. Dalam melakukan pengamatan, peneliti menggunakan teknik observasi secara terstruktur.

Observasi digunakan untuk mengamati dan mencatat situasi. Peneliti menggunakan teknik observasi untuk memperoleh data yang diperlukan.¹¹⁷ Dalam melakukan penelitian lapangan, Peneliti melakukan observasi langsung di toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto. Peneliti mengamati praktik jual beli dan pengembalian barang yang terjadi di toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto guna mendapatkan data-data mengenai cara menghadapi pelanggan yang datang untuk berbelanja, cara pembayaran transaksi, cara merespon pelanggan ketika hendak meminta barangnya dikirim menggunakan kurir ekspedisi, strategi mendisplay barang-barang yang ada di toko, cara mengatur stok yang tersedia di toko.

Peneliti juga melakukan teknik observasi tidak langsung, yaitu dimana peneliti mengadakan pengamatan terhadap gejala-gejala subjek dengan perantara sebuah alat.¹¹⁸ Peneliti mengamati pelanggan yang meminta barang untuk *diretur* karena cacat atau tidak sesuai keinginan ketika diterima oleh pembeli melalui chat pribadi dengan penjual.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan bertatapapan langsung dengan responden, sama seperti penggunaan daftar

¹¹⁷ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 55.

¹¹⁸ Winarno Surakhmad, *Pengantar*, hlm. 162.

pertanyaan. Berbeda dengan percakapan wawancara yang lebih didominasi oleh pewawancara. Artinya responden lebih pasif, atau hanya menjawab setiap pertanyaan yang diajukan.¹¹⁹

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, tetapi peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.¹²⁰

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh data informasi dari responden.¹²¹ Metode ini digunakan pada saat wawancara dengan pembeli dan penjual untuk memperoleh data mengenai praktik pengembalian barang sebagai *reseller marketplace* yang tidak sesuai ekspektasi di toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto.

Kegiatan wawancara ini dilakukan dengan melibatkan unsur penjual dan pelanggan yang datang langsung belanja di toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto. Kegiatan wawancara ini menggunakan metode wawancara terstruktur yang di mana peneliti telah mencari kerangka pertanyaan yang

¹¹⁹ Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hlm. 133.

¹²⁰ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Bandar Maju, 1996), hlm. 80.

¹²¹ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 145.

hendak untuk diwawancarai dengan beberapa narasumber. Penggunaan narasumber peneliti mengambil beberapa transaksi jual beli untuk dijadikan sampel yaitu sebanyak 11 orang, dengan melibatkan beberapa narasumber seperti penjual/*owner* toko atasnama Lestari Handayani, 5 orang (Abel, Amanda, Pak Ino, Salsa, Hendro) yang membeli barang secara langsung di toko, kemudian berdasarkan wawancara dengan penjual 5 orang (bu Rena, bu Wanti, mba Tami, Bu Tanti, dan Pak Ino) pelanggan yang membeli barang melalui *online* (*Facebook, Whatsapp, Instagram*), dari 5 orang tersebut tiga orang di antaranya pelanggan yang telah membeli barang melalui *online* tetapi meminta untuk *diretur* (bu Rena, bu Wanti, mba Tami).¹²²

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen baik tertulis, gambar, maupun elektronik.¹²³ Dalam penelitian ini, dokumentasi yang akan dikumpulkan meliputi data keadaan toko Rumah Fadila Purwokerto, foto dengan penjual atau gambar yang berkaitan dengan praktik jual beli dan pengembalian barang. Hingga peneliti mendokumentasikan display produk di toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto.

¹²² Lestari handayani, *wawancara & observasi*, pada tanggal 28 Oktober 2020.

¹²³ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 221.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi terus menerus terhadap data, mengajukan pertanyaan-pertanyaan analisis, dan menulis catatan singkat pada penelitian.¹²⁴ Teknik analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah. Teknik analisis dalam penelitian lapangan ini menggunakan pola pikir deduktif. Deduktif merupakan pola berfikir dengan menggunakan analisa bersifat umum kemudian diteliti dan hasilnya dapat memecahkan masalah khusus, sehingga ditemukan pemahaman tentang praktik jual beli dan pengembalian barang sebagai *reseller marketplace* yang tidak sesuai ekspektasi. Berikut adalah komponen dalam menganalisis data dalam penelitian ini:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan langkah awal dalam menganalisis data. Tugasnya adalah untuk memudahkan pemahaman terhadap data yang diperoleh. Pada tahap ini peneliti memilih data yang relevan dan kurang relevan dengan tujuan dan masalah penelitian, kemudian meringkas, memberi kode, dan mengelompokkan data sesuai dengan tema-tema yang ada.¹²⁵

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan memperoleh tujuan yang hendak dicapai. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh

¹²⁴ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hlm. 274.

¹²⁵ Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 172.

karena itu, apabila dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang dijadikan perhatian oleh peneliti dalam reduksi data.¹²⁶ Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama penelitian ini berlangsung. Setelah pengumpulan data, peneliti akan merangkum data yang diperoleh mengenai praktik jual beli dan pengembalian barang sebagai *reseller marketplace* yang tidak sesuai ekspektasi.

2. Penyajian data

Data yang semakin bertumpuk kurang memberikan gambaran secara menyeluruh. Oleh sebab itu diperlukan penyajian. Dengan demikian, peneliti dapat menguasai dan data tidak terbenam setumpukan data.¹²⁷ Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat. Penyajian data dalam penelitian ini berpedoman pada data hasil reduksi yang telah dilakukan. Setelah diperoleh data mengenai praktik jual beli dan pengembalian barang di toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto maka data tersebut dapat dinarasikan. Dengan begitu dalam menyajikan data agar mudah dipahami, dapat ditelusuri kembali kebenarannya dan memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan.

¹²⁶ Sugiyono, *Metode*. hlm. 339.

¹²⁷ Amirul Hadi, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2005), hlm. 62.

3. Verifikasi Data

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan data yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk menyimpulkan data, kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah atau juka tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian masih bersifat sementara dan berkembang setelah penelitian di lapangan.¹²⁸

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah penemuan baru atau temuan gambaran atau objek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga setelah diteliti akan menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif dan teori. Menarik kesimpulan didasarkan atas semua data yang diperoleh dalam kegiatan penelitian. penarikan kesimpulan merupakan jawaban atas rumusan masalah yang telah dirumuskan. Oleh karena itu, peneliti akan menyimpulkan data-data yang telah diperoleh sehingga dapat permasalahan mengenai praktik pengembalian barang sebagai *reseller marketplace* yang tidak sesuai ekspektasi di toko Fashion Rumah Fadila Purwokero.

¹²⁸ Sugiyono, *Metode*, hlm. 345.

G. Uji Keabsahan Data

Dalam uji keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi yaitu pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Pada penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan pengecekan data atau informasi yang didapat pada beberapa sumber (triangulasi sumber). Selanjutnya dilakukan pengecekan dengan menguji data kepada sumber yang sama dengan cara yang berbeda (triangulasi teknik). Yang terakhir peneliti akan melakukan triangulasi waktu, di mana kedua triangulasi di atas diulang pada waktu yang berbeda. Sehingga hasil data atau informasi yang didapat teruji kredibilitasnya.¹²⁹ Penjelasan lebih jelas adalah sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda, yang dapat dicapai dengan membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara, maupun hasil wawancara dengan hasil dokumentasi yang berkaitan.¹³⁰ Dalam triangulasi sumber ini, peneliti mengecek keberadaan data yang diperoleh dari berbagai sumber yaitu melalui rekapan bulanan yang dimiliki oleh penjual sehingga mengetahui data nama-nama pembeli berdasarkan tingkat kepuasan serta mengenai data pemasukan dan pengeluaran dana yang dilakukan oleh pemilik toko tersebut. Data ini peneliti bandingkan dengan hasil wawancara langsung dengan beberapa narasumber

¹²⁹ Sugiyono, *Metode*, hlm. 273.

¹³⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi*, hlm. 330.

seperti melibatkan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi datang ke toko, serta penjelasan penjual mengenai pembeli yang pernah mengembalikan barang yang sudah dibeli.

2. Triangulasi teknik, yaitu pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan beberapa teknik data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.¹³¹ Dalam triangulasi teknik ini, peneliti melakukan membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara maupun hasil dokumentasi yang berkaitan, sehingga peneliti memperoleh hasil data dengan tepat. Peneliti melakukan perbandingan hasil pengamatan dengan hasil wawancara, dan proses pengamatan di laksanakan dalam waktu yang berbeda-beda, dan dokumentasi berupa foto, rekaman. Teknik ini sangat kompeten sebagai pendukung dari penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif.
3. Triangulasi waktu, yaitu membandingkan dan mengecek hasil derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu yang berbeda. Dalam hal ini peneliti melakukan pengulangan dalam mengumpulkan data dengan berbagai macam sumber dan metode untuk menemukan kekonsistenan jawaban dan temuan lapangan sehingga data yang diperoleh tepat. Penelitian ini dilaksanakan dengan pengaturan waktu yang berbeda-beda dan memenuhi kesepakatan dulu dengan penjual. Dalam melaksanakan penelitian, peneliti

¹³¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi*, hlm. 331.

menggunakan teknik pengumpulan data yang sama yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Setelah data masuk kemudian dianalisis dan diverifikasi tentang kebenarannya, untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih bermakna dan jelas. Simpulan akhir yang dibuat harus relevan dengan fokus penelitian, tujuan penelitian dan temuan penelitian yang sudah dilakukan pembahasan. Oleh karena itu dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas dan pasti.¹³²



IAIN PURWOKERTO

¹³² Sugiyono, *Metode*, hlm. 332.

BAB IV

ANALISIS PRAKTIK JUAL BELI DAN PENGEMBALIAN BARANG DI

TOKO RUMAH FADILA PURWOKERTO PERSPEKTIF HUKUM

EKONOMI ISLAM

A. Deskripsi Wilayah Penelitian

1. Profil Toko Rumah Fadila Purwokerto

Toko Rumah Fadila Purwokerto merupakan toko yang menyediakan perlengkapan muslimah, batik, dan aksesoris jilbab wanita untuk semua usia. Pemilik toko ini adalah Ibu Lestari Handayani, sekaligus sebagai pengelola penjualan di toko. Pada tahun 2013 sebelum membuka toko di rumahnya, beliau berjualan baju muslim secara *online* dan mengiklankan produknya melalui media sosial di facebook. Kemudian pada tahun 2014 beliau memutuskan untuk membuka toko di rumahnya dengan nama toko Rumah Fadila. Dan toko Rumah Fadila Purwokerto juga menambah produk seperti sepatu, sandal, dan pakaian pria untuk semua usia.

Toko Rumah Fadila Purwokerto melayani penjualan secara *online* melalui facebook, whatsapp grup, dan instagram maupun secara langsung (*offline*) sehingga pembeli yang ingin melihat barang bisa datang langsung ke toko. Toko Rumah Fadila merupakan *reseller marketplace* Shopee dan Tokopedia. Artinya menjadi *reseller* diharuskan untuk membeli produk

supplier marketplace terlebih dahulu atau lebih singkatnya toko yang menjualkan kembali barang yang sudah dibelinya kepada pembeli.¹³³

Adapun identitas pemilik toko sekaligus pengelola dan identitas usahanya, beliau adalah seorang ibu rumah tangga anak tiga

Nama : Lestari Handayani

Alamat : Purwokerto Selatan

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga dan Pengusaha

Nama Toko : Rumah Fadila

Produk usaha : Pakaian, Sepatu dan Aksesoris Jilbab

Tahun Berdiri : 2014

Media Usaha : Toko (*offline*) dan Facebook, Whats app, dan Instagram (*online*)

Gambar 4.1 Logo Rumah Fadila



¹³³ Lestari Handayani, Pemilik Toko Rumah Fadila Purwokerto, *wawancara*, pada tanggal 10 Oktober 2020

2. Letak Toko Rumah Fadila Purwokerto

Penelitian ini dilakukan di toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto, adapun alamat toko ini terletak di Jl. Patriot RT 02 RW 03 Karangpucung Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53142. Toko ini sangat strategis dari pusat kota Purwokerto, akses menuju toko ini bisa menggunakan sepeda motor maupun mobil. Arah timur dekat dengan persimpangan Karangpucung ambil arah barat dari Dealer Yamaha Mataram Sakti Purwokerto.

Gambar 4.2 Toko Rumah Fadila



B. Praktik Jual Beli dan Pengembalian Barang di Toko Rumah Fadila Purwokerto

1. Praktik Jual Beli di Toko Rumah Fadila Purwokerto

Sistem jual beli di toko Rumah Fadila Purwokerto dilakukan dengan cara jual beli *online* dan *offline* dengan sistem *pre-order* (PO) dan barang sudah

tersedia (*ready stock*). Sehingga, pembeli dapat langsung melihat barang yang tersedia di toko Rumah Fadila Purwokerto. Sehubungan dengan praktik jual beli *online* dengan sistem *pre-order*, penjual dalam mempromosikan barang memanfaatkan media sosial seperti *facebook*, *whatsapp* dan *instagram* dengan keterangan dan spesifik barang yang semenarik mungkin, sehingga menarik pembeli untuk memesan barang. Untuk proses pemesanan, pembeli hanya perlu mengirimkan foto dan spesifikasi barang yang hendak ingin dibeli melalui chat pribadi. Kemudian untuk proses pembayaran dapat dilakukan dengan cara transfer dan *cash on delivery* (COD) yaitu dengan cara datang langsung ke toko dan bisa juga diantar ke alamat pembeli menggunakan jasa kurir ekspedisi.

Gambar 4.3 Akun Instagram Toko Rumah Fadila



Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, praktik jual beli *online* sistem *pre-order* di toko Rumah Fadila Purwokerto dilakukan dengan cara jual beli pada umumnya. Namun jual beli ini memiliki kekurangan karena pembeli hanya melihat foto dan spesifikasi barang, tidak melihat langsung barang yang ingin dibeli, karena penjual harus memesan terlebih dahulu barang yang tersedia di *marketplace* Shopee dan Tokopedia. Sehingga pada saat barang sudah *ready* dan sampai kepada alamat pembeli, kemungkinan terjadi kasus bahwa barang yang dipesan tidak sesuai dengan ekspektasi pembeli. Kemudian pada saat kesepakatan jual beli *online* di toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto penjual dan pembeli tidak menggunakan akad *khiyār* sehingga kejadian ketidakcocokan pada saat barang yang dipesan sudah diterima dalam beberapa kasus terjadi menimbulkan kekhawatiran dan kerugian bagi penjual, dan ketidakpuasan bagi pembeli, hal inilah yang membuat pembeli untuk mengajukan pengembalian barang.¹³⁴

Di dalam nota catatan penjualan, toko Rumah Fadila mencatat di dalam buku nota penjualan meliputi biaya modal, pemasukan, dan kerugian yang didapat. Dalam catatan penjualan tiga bulan terakhir (Agustus-Oktober 2020), terdapat kasus transaksi jual beli *online* di toko Rumah Fadila Purwokerto. Pertama pada tanggal 20 Agustus 2020 ibu Rena memesan baju gamis yang diiklan di Facebook. Kedua, pada tanggal 15 September 2020 Ibu Wanti

¹³⁴ Lestari Handayani, Pemilik Toko Rumah Fadila Purwokerto, *wawancara & observasi*, pada tanggal 24 Oktober 2020.

membeli celana panjang yang diiklankan di grup Whats App. Ketiga, pada tanggal 22 September 2020 mba Tami membeli mukena yang dipromosikan di instagram. Keempat, pada tanggal 22 September 2020 Bu Tanti membeli Sprei yang diiklankan di Facebook. Kelima, 30 September 2020 Pak Ino membeli sarung yang diiklankan di Facebook. Toko Rumah Fadila mengklaim tiga pembeli yang menginginkan pengembalian barang dikarenakan alasan-alasan tersendiri.¹³⁵

Gambar 4.4 Grup Whats App Rumah Fadila



Kemudian dalam transaksi jual beli *offline* atau langsung datang ke Toko Rumah Fadila yaitu pertama, pada tanggal 21 Agustus 2020 mba Abel membeli Baju atasan yang diiklankan di Instagram tetapi sudah tersedia di Toko Rumah Fadila. Kedua, pada tanggal 25 Agustus 2020 mba Amanda membeli Celana jeans yang diiklankan di Instagram namun sudah tersedia di

¹³⁵ Lestari Handayani, *wawancara & observasi tidak langsung*, pada tanggal 24 Oktober 2020

Toko Rumah Fadila. Ketiga, pada tanggal 30 Agustus 2020 Pak Ino membeli Kemeja panjang yang diiklankan di Whats App namun sudah tersedia di Toko. Keempat, pada tanggal 10 September 2020 Salsa membeli baju atasan yang diiklankan di Whats App. Kelima, pada tanggal 30 September 2020 Hendro datang langsung ke Toko Rumah Fadila untuk membeli baju batik. Dalam transaksi jual beli *offline* tidak terjadi kasus pengembalian barang karena pembeli dapat melihat langsung barang yang tersedia di toko Rumah Fadila.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dipahami bahwa terdapat kelebihan dalam jual beli *online pre-order* sebagai *reseller marketplace* di antaranya menghemat waktu tidak perlu keluar rumah dan barang bisa langsung diantar ke alamat pembeli. Namun, terdapat kekurangan dalam praktik jual beli ini di antaranya yaitu terkait kepuasan pembeli dan promosi barang sebagaimana mestinya. Selain itu penjual sebagai *reseller marketplace* Shopee dan Tokopedia tidak ada ganti ruginya apabila pengembalian barang tidak disetujui oleh penjual atau pihak *marketplace* Shopee dan Tokopedia.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa hal-hal yang dapat menyebabkan hak penjual dan pembeli tidak terpenuhi dalam kasus jual beli *online* di antaranya sebagai berikut:

- a. Kurang lengkapnya spesifikasi barang yang dicantumkan di media sosial, misalnya ukuran baju dan celana (S,M,L,XL), sehingga pembeli berfikir barang tersebut cocok dengan ukuran pembeli.

- b. Promosi barang yang berlebihan, terutama kualitas barang seperti bahan yang tidak sesuai dengan foto/gambar asli yang diunggah di media sosial.
 - c. Kurang pemahaman dan ketidakmampuan pembeli dalam membedakan jenis bahan, karena hanya tertarik dengan suatu gambar yang dipromosikan sehingga oleh penjual.
2. Praktik Pengembalian di Toko Rumah Fadila Purwokerto

Alasan barang yang hendak *diretur* oleh pembeli yang telah diterima kepada toko Rumah Fadila Purwokerto belum tentu berpotensi cacat, ada juga dikarenakan kesalahan motif dan ukuran barang. Meskipun tidak semuanya mengalami cacat yang disebabkan oleh kurang teliti dari pihak penjual mengenai barang yang diterima. Selain itu juga pengembalian barang yang dilakukan pembeli tidak pasti waktunya, hal ini juga dirasa dapat menimbulkan kondisi barang yang tidak layak.

Meskipun barang yang diperjualbelikan dalam transaksi jual beli *online* telah jelas spesifikasikan dan dijelaskan secara detail, namun resiko ketidakcocokkan dan kerugian yang dialami pembeli masih memungkinkan terjadi. Alasan *retur* atau pengembalian barang di Toko Rumah Fadila yaitu karena tidak sesuai dengan ekspektasi pembeli. Ekspektasi pembeli adalah segala sesuatu yang diyakini konsumen tentang apa yang akan didapatkannya terkait dengan suatu produk atau barang yang dibeli.

Berdasarkan hasil wawancara toko Rumah Fadila Purwokerto mengklaim pengembalian barang atas permintaan pembeli yaitu pertama, pada tanggal 20

Agustus 2020 ibu Rena memesan baju gamis yang diiklan di Facebook, kemudian pada tanggal 25 Agustus barang diterima, dan ingin mengembalikan baju gamis dikarenakan baju yang dipesan sobek bagian lengan dan bahan terlalu tipis apabila dipakai. Kedua, pada tanggal 15 September 2020 Ibu Wanti membeli celana panjang yang diiklankan di grup Whats App, kemudian pada tanggal 20 barang diterima ketika di cek, dan mengajukan untuk mengembalikan celana panjang yang ukurannya terlalu sempit dan bagian lutut sobek ketika dipakai sangat terlihat jelas. Ketiga, pada tanggal 22 september 2020 mba Tami membeli mukena dan pada tanggal 25 ketika barang sampai, langsung mengkonfirmasi untuk mengembalikan mukena motif atasan dan bawahannya tidak sama seperti di foto yang dipromosikan di instagram.¹³⁶

Berdasarkan pernyataan di atas menurut pembeli, mereka berhak melakukan pengembalian terhadap barang yang dibeli tidak sesuai dengan ekspektasi, karena kepuasan pembeli merupakan hak yang harus dipenuhi. Dengan adanya kejadian barang yang diretur, maka Toko Rumah Fadila Purwokerto menerima pengembalian barang dengan syarat dan ketentuan sebagai berikut:

¹³⁶ Lestari Handayani, Pemilik Toko Rumah Fadila Purwokerto, *wawancara*, pada tanggal 28 Oktober 2020

- a. Barang yang akan dikembalikan harus langsung dikonfirmasi untuk dikembalikan sejak atau dalam jangka waktu maksimal 1 hari atau 24 jam sejak produk diterima.
- b. Barang yang akan dikembalikan harus dalam kondisi yang sama (rapi dan bersih) pada saat diterima.
- c. Barang harus belum digunakan dan tag label produk tidak boleh rusak.
- d. Barang cacat kecil tidak dapat dikembalikan (noda sedikit, kancing lepas, dll).
- e. Apabila kesepakatan mengadakan perjanjian garansi saat barang yang diterima oleh pembeli dalam keadaan cacat atau rusak yang dapat menghilangkan fungsi sebagaimana mestinya.
- f. Apabila barang yang diterima ukurannya tidak sesuai dengan yang dipesan oleh pembeli, sehingga Toko Rumah Fadila Purwokerto sebagai *reseller* akan mengembalikan ke pihak *seller* atau pihak *marketplace* dengan ongkos kirim ditanggung oleh pihak pembeli.
- g. Produk yang cacat bisa diganti dengan pengurangan harga, apabila pembeli setuju maka jual beli tetap berlangsung.
- h. Toko Rumah Fadila tidak menerima pengembalian barang karena berbeda motif yang tidak signifikan dengan gambar.
- i. Toko Rumah Fadila tidak menerima pengembalian barang yang bersifat ukuran *allsize* (satu ukuran normal).

- j. Toko Rumah Fadila tidak menerima pengembalian barang *Cash on delivery* (COD)¹³⁷

Berdasarkan syarat dan ketentuan pengembalian barang di atas bahwa pengembalian barang di Toko Rumah Fadila tidak selalu diterima, karena harus memenuhi syarat dan ketentuan barang yang hendak dikembalikan. Apabila tidak terpenuhi, maka Toko Rumah Fadila tidak menerima dan proses pengembalian barang tidak dapat dilakukan.

C. Tinjauan Hukum Ekonomi Islam terhadap Praktik Jual Beli dan *Khiyār* Pengembalian Barang di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto

1. Jual Beli di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto Ditinjau dari Akad Jual Beli

Berdasarkan prinsip ekonomi Islam, wajib hukumnya menegakkan kejujuran dan kebenaran dalam transaksi jual beli, maka haram bagi penjual menyembunyikan cacat barang. Apabila barang yang akan dijual itu terdapat cacat yang diketahui oleh penjual, maka wajiblah dia menerangkan hal itu kepada pembeli. Menyembunyikan cacat barang dengan sengaja termasuk penipuan dan kecurangan.

Hal itulah yang menjadi prinsip dalam pelaksanaan praktik jual beli hendaknya memenuhi syarat sah dari jual beli yaitu terhindar dari cacat, tanpa menyembunyikan kecacatannya sebelum dijual. Dalam jual beli syarat dalam

¹³⁷ Lestari Handayani, Pemilik Toko Rumah Fadila Purwokerto, *wawancara*, pada tanggal 28 Oktober 2020

jual beli harus dipenuhi sesuai kaidah al-Qur'an dan Hadits, agar menjadikan jual beli menjadi sah, diantaranya sebagai berikut:

- a. Pelaksanaan akad dalam transaksi perdagangan diharuskan adanya kerelaan kedua belah pihak, atau yang diistilahkan '*antarâdhin minkum*' (dalil al-Qur'an Surat an-Nisa':29). Walaupun kerelaan tersebut merupakan sesuatu yang tersembunyi dilubuk hati, tetapi indikator dan tanda-tandanya dapat terlihat.
- b. Ijab dan kabul atau apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan di masyarakat sebagai serah terima merupakan bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjukkan kerelaan.¹³⁸
- c. Orang yang berakad harus *Aqil* (berakal), karena orang yang sadar dan berakallah yang sanggup melakukan transaksi jual beli secara sempurna. Karena itu anak kecil dan orang gila tidak dibenarkan melakukan transaksi jual beli.
- d. *Tamyiz* bisa membedakan mana yang benar dan mana yang salah. Dapat dideskripsikan oleh peneliti bahwa penjual telah mempromosikan barang seseuai dengan karakteristik yang ada di *marketplace*. Dan calon pembeli yang hendak membeli barang yang dijual, harus bisa mengetahui karakteristik orang tersebut dari mulainya obrolan di media sosial sampai kejelasannya untuk benar-benar untuk membeli barang yang *ready stock* di toko Rumah Fadila.

¹³⁸ Enang Hidayat, *Fiqih*, hlm. 17.

- e. *Mukhtar*, setiap pihak yang melakukan jual beli disyaratkan *mukhtar* yaitu bebas melakukan transaksi dan lepas dari paksaan.¹³⁹
- f. Orang yang berakad harus banyak berperan (tempat akad dilaksanakan dalam satu majelis). Aplikasinya yaitu antara penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi melalui chat pribadi melalui (*facebook, whatsapp, dan instagram*) dan di tempat yang telah disepakati atau datang ke Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto.
- g. Barangnya harus ada, sehingga tidak boleh mengadakan akad jual beli barang yang tidak ada barangnya, sampai barang tersebut ditemukan. Toko Rumah Fadila telah memesan terlebih dahulu di *marketplace* Shopee dan Tokopedia, sehingga telah jelas kepemilikannya.
- h. Barangnya berupa harta yang jelas harganya. Dengan kata lain, harta merupakan setiap barang yang mungkin dimiliki oleh manusia dan dia dapat mengambil manfaat darinya dengan cara yang sudah biasa. Atau yang lebih tepat harta adalah setiap benda yang bernilai materi dikalangan manusia. Sedangkan harta yang jelas harganya adalah sesuatu yang mungkin disimpan serta dibolehkan untuk dimanfaatkan secara *syara*'.
- i. Barang dapat diserahkan sewaktu akad. Tidak boleh melakukan akad jual beli barang yang sulit untuk diserahkan meskipun barang tersebut dimiliki oleh penjual.¹⁴⁰

¹³⁹ Hamzah Yaqub, *Kode Etik*, hlm. 79.

¹⁴⁰ Wiroso, *Jual Beli Murabahah* (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 21.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa praktik jual beli barang di Toko Rumah Fadila secara *offline* dan *online marketplace* sah karena adanya ijab kabul, orang yang berakad, serta objek akad kepemilikan barang tersebut jelas. Karena produk yang dibeli pada *marketplace* telah sah menjadi milik Toko Rumah Fadila yang posisinya sebagai *reseller*. Proses transaksi jual beli tersebut telah memenuhi syarat dan rukun jual beli sehingga dinyatakan hukumnya boleh sesuai dengan ketentuan yang disyariatkan berdasarkan nash al-Qur'an, Hadis, dan *ijma'* para ulama.

2. Pengembalian Barang di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto Ditinjau dari Hak *Khiyār*

Jika pembeli bisa memilih langsung mungkin dapat dipastikan proses jual beli ini dapat terpenuhi kaidah penjualan, namun jika pembeli yang melakukan pembelian melalui *marketplace* belum tentu akan tahu mengenai kondisi barang yang telah dipesan. Kerap kali pembeli hanya melihat dari segi foto yang diupload di *marketplace* tanpa mengetahui kualitas dan jenis dari setiap barang yang dijual oleh penjual. Sementara itu, *seller* atau pihak *marketplace* belum memberikan kebebasan atas barang yang telah dikirim kepada pembeli untuk dapat ditukar, kecuali jika sudah melakukan perjanjian sebelumnya.

Hak *khiyār* ada karena dua alasan yaitu: pertama, sebab yang diizinkan oleh syariat seperti masih di majlis akad atau adanya aib atau sebab dibodohi. Kedua, karena kesepakatan pelaku akad, seperti hak *khiyār syarat*. Keberadaan hak *khiyār* dalam Islam menunjukkan bagaimana Islam

memberikan regulasi terhadap setiap pelaku akad. Sehingga ketika penjual dan pembeli melakukan akad benar-benar atas kerelaan pribadi dan tidak ada penyesalan di belakang hari. Sehingga bisa dipastikan bahwa jual beli ini benar-benar saling ridha dan ini merupakan bagian dari perlindungan terhadap pembeli yang diajarkan dalam Islam.¹⁴¹

Khiyār majlis adalah hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk meneruskan atau membatalkan akad, selama kedua masih dalam satu tempat akad dan belum berpisah badan. Tetapi dalam kenyataannya praktik jual beli *online* kedua belah pihak tidak bertemu secara fisik di suatu tempat. Dalam memahami pengertian satu majlis dalam *ijab qabul* jual beli disamakan dengan satu majlis *ijab qabul* dalam akad nikah. Menurut Sayyid Sabiq dalam fikih sunnah memberikan pengertian satu majlis bahwa ketika mengucapkan *ijab qabul* tidak diselingi kata-kata lain atau menurut adat dianggap ada penyelingan yang menghalangi *ijab qabul*. Salah satu contoh praktik nikah apabila seorang dari salah satu pihak tidak bisa hadir, maka jalan satunya mengutus wakil, dan juga bisa menulis surat kepada pihak lain untuk menyampaikan akad nikahnya, dan pihak yang setuju menerima isi surat itu hendaklah mendatangkan saksi-saksi, dan di depan mereka redaksi itu dibacakan. Praktik nikah semacam ini adalah sah selama *qabulnya* dilakukan langsung dalam pertemuan majlis itu juga.¹⁴²

¹⁴¹ Ammi Nur Baits, *Pengantar*, hlm. 112.

¹⁴² Moh. Ah. Subhan Z.A., *Hak Pilih (Khiyar)*, hlm. 15.

Dengan demikian kebolehan akad nikah dengan surat, dapat dijadikan alasan (*hujjah*) bagi diperbolehkannya akad jual beli *online*. Karena dari praktik tersebut pihak-pihak yang mengadakan jual beli meskipun tidak bertemu secara fisik dalam menyatakan *ijab qabul*, akan tetapi keduanya mewujudkan kesinambungan waktu antara *ijab qabul* sehingga masih dikatakan satu *majlis*.

Khiyār syarat adalah si penjual dan pembeli mengajukan suatu syarat, yang menguntungkan salah satu pihak dan tidak merugikan pihak lain selama tidak merusak jual beli tersebut. Misalnya pembeli mengajukan persyaratan dengan mengatakan “saya membeli barang ini dengan syarat aku boleh memilih untuk meneruskan atau membatalkan akad selama tiga hari”.

Berkaitan dengan *khiyār syarat* dalam jual beli *online* tergantung pada jenis jual beli biasa atau jual beli pesanan. Jika barang tersebut sudah ada maka termasuk dalam kategori jual beli biasa dan *khiyār syaratnya* sebagaimana praktik *khiyār syarat* dalam jual beli bertemu fisik. Sedangkan apabila dalam akad tersebut barangnya belum ada dan pembeli mengajukan beberapa ciri tentang barang yang diminta maka termasuk jual beli pesanan (*salam*). Dalam jual beli pesanan tidak boleh menggunakan *khiyār syarat* karena barang yang diminta sudah sesuai dengan permintaan pembeli, dan pada umumnya jual beli pesanan sudah menyerahkan uang sebelum barang diterima. Sedangkan apabila barang yang dikirim oleh penjual tidak sesuai

dengan ciri-ciri yang diminta oleh pembeli apabila dikategorikan ada cacat maka berlakulah hukum *khiyār aib*.¹⁴³

Pihak penjual diwajibkan menerangkan keadaan barang dan tidak boleh menyembunyikan cacatnya kepada calon pembeli. Ada kalanya seorang pembeli barang yang ada cacatnya baru diketahui setelah akad jual beli berlangsung. Apabila terjadi hal semacam itu maka pihak pembeli berhak mengembalikan barang dan meminta uangnya dari pihak penjual.¹⁴⁴

Jika akad telah dilakukan dan pembeli telah mengetahui adanya cacat pada barang tersebut, maka akadnya sah dan tidak ada lagi *khiyār* setelahnya. Alasannya ia telah rela dengan kondisi barang tersebut. Namun, jika pembeli belum mengetahui cacat barang tersebut mengetahuinya setelah akad, maka pembeli berhak mengadakan *khiyār aib* antara mengembalikan atau meminta ganti rugi sesuai dengan keadaanya yang cacat.¹⁴⁵

Praktik pengembalian barang di Toko Rumah Fadila belum sesuai dengan persyaratan hak *khiyār*. Karena apabila akad jual beli yang telah terlanjur dilakukan dan pembeli telah mengetahui adanya cacat pada barang tersebut melebihi 24 jam maka tidak ada lagi *khiyār* setelahnya. Dalam menentukan tenggang waktu hak *khiyār* adalah tidak boleh melebihi tiga hari. Namun, dapat dilakukan oleh kedua belah pihak apabila pembeli belum mengetahui cacat barang tersebut dan mengetahuinya setelah akad jual beli terjadi, maka

¹⁴³ Moh. Ah. Subhan Z.A., Hak Pilih (*Khiyar*), hlm. 17.

¹⁴⁴ Hamzah Yaqub, *Kode Etik*, hlm. 106.

¹⁴⁵ Muhammad Majdy Amiruddin, *Khiyar, Jurnal Alfalah*, hlm. 12.

pembeli dapat mengadakan *khiyār aib* antara mengembalikan barang atau meminta pengurangan harga sesuai dengan keadaanya yang cacat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, penggalian, pengumpulan, pembahasan dan analisis data penelitian tentang praktik pengembalian barang sebagai *reseller marketplace* yang tidak sesuai ekspektasi (studi kasus di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik jual beli di Toko Rumah Fadila dilakukan secara *offline* (datang langsung ke alamat toko) dan *online* melalui Facebook, Whats App Grup, dan Instagram dengan sistem barang belum tersedia (*pre order*) dan barang sudah tersedia (*ready stock*). Kemudian, untuk melakukan pengembalian barang di Toko Rumah Fadila pembeli harus memenuhi syarat dan ketentuan kondisi barang.
2. Praktik jual beli barang di Toko Rumah Fadila secara *offline* dan *online marketplace* sah karena adanya ijab kabul, orang yang berakad, serta objek akad kepemilikan barang tersebut jelas. Proses transaksi jual beli tersebut telah memenuhi syarat dan rukun jual beli sehingga dinyatakan hukumnya boleh sesuai dengan ketentuan yang disyariatkan berdasarkan nash al-Qur'an, Hadis, dan *ijma'* para ulama. Kemudian praktik pengembalian barang di Toko Rumah Fadila belum sesuai dengan persyaratan hak *khiyār*. Karena, akad jual beli telah terlanjur dilakukan, dan pembeli telah mengetahui adanya cacat pada barang tersebut melebihi 24 jam maka tidak ada lagi *khiyār* setelahnya.

Dalam menentukan tenggang waktu hak *khiyār* adalah tidak boleh melebihi tiga hari. Namun, dapat dilakukan hak *khiyār* apabila pembeli belum mengetahui cacat barang tersebut dan mengetahuinya setelah akad jual beli terjadi, maka pembeli dapat mengadakan *khiyār aib* antara mengembalikan barang atau meminta pengurangan harga sesuai dengan keadaanya yang cacat.

B. Saran

Berdasarkan analisis data di lapangan dan telah disimpulkan bahwa sistem jual beli dan sistem *retur* yang diterapkan Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto boleh dilaksanakan, maka peneliti mempunyai beberapa saran, antara lain:

1. Bagi penjual/*owner* Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto untuk lebih memperhatikan saat akan membeli/mengambil barang dan pada saat melakukan proses transaksi *online* di *marketplace* dengan melihat *rating* dan *review* toko *online* pada *marketplace* tersebut sehingga penjual di Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto dapat mengidentifikasi bahwa toko *online* tersebut dipercaya mempunyai reputasi baik dan bertanggungjawab atas segala kesalahan atau kecacatan saat proses pengiriman menggunakan kurir. Dan apabila terdapat cacat barang maka penjual harus memberi tahu kepada pembeli dan memberikan hak *khiyār* apabila terdapat sebab-sebab syar'i yang dapat membatalkannya.
2. Bagi pembeli/pelanggan Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto, hendaklah berkomunikasi baik dengan penjual, karena sudah diketahui bahwa penjual

sebagai *reseller* bukan sebagai toko produksi yang dimana ada pihak pertama yaitu penjual di *marketplace* untuk mengurus segala sesuatu ketika terjadi permasalahan. Selanjutnya, untuk pembeli alangkah baiknya bertanya secara lebih detail atau langsung bertemu dengan penjual terlebih dahulu untuk memastikan stok yang *ready* termasuk motif, warna dan ukuran benar-benar harus diperhatikan agar tidak merugikan pihak penjual Toko Fashion Rumah Fadila Purwokerto.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Yazid. *Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009.
- Alwasilah, A. Chaedar. *Pokoknya Kualitatif*. Jakarta: Pustaka Jaya, 2011.
- Amiruddin, Muhammad Majdy. “Khiyār (Hak untuk Memilih) dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalora, dan Blibli”, *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 1, No. 1. 2016.
- Amiruddin, Muhammad Majdy. “*Khiyār* (Hak untuk Memilih) dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalora dan Blibli”, *Jurnal Alfalah*. Vol. 1, No. 1, 2016.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010.
- Ardianti, Irma. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Barang Retur: Studi Kasus di Toko Bangunan UD Sinar Alam Mojokerto”, *Skripsi*. Mojokerto: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018.
- Arifin, Zainal. *Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

Aziz, Dahlan Abdul. *Enslikopedia Hukum Islam*. Jakarta: Ittihad Van Hoften, 1996.

Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.

Azzam, Abdul Aziz Muhammad. *Fiqh Muamalah: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*. Jakarta: Amzah, 2014.

Azzam, Abdul Aziz. *Fiqh Muamalah: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*. Jakarta: Amzah, 2010.

Baits, Ammi Nur. *Pengantar Fiqh Jual Beli & Harta Haram*. Jogjakarta: Pustaka Muamalah Jogja, 2016.

Boeroe, George. *Sejarah Psikologi*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2005.

Chandra, Daniel Hartono Wibowo. “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Penggunaan Dompot Digital di Kota Surabaya”, *Skripsi*. Surabaya: Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, 2020.

Chaplin, J. P. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.

Creswell, John W. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.

Daniel, Moehar. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.

Dewa, Bala Putra dan Djoko Budiyanto Setyohadi. “Analisis Dampak Faktor Customer Relationship Management dalam Melihat Tingkat Kepuasan dan

Loyalitas pada Pelanggan Marketplace di Indonesia”, *Jurnal Telematika*.
Vol. 14, No. 01, 2017.

Fathoni, Abdurrohmat. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*.
Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Fitria, Tira Nur. “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan
Hukum Negara”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 3, No. 1, 2017.

Ghazaly, Abdul Rahman. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2012.

Hadi, Amirul. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 2005.

Haroen, Nasrun. *Fiqh Mu’amalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.

Hidayat, Arbi. “Tanggung Jawab Reseller Terhadap Konsumen dalam Sistem Jual
Beli Online”. *Jurnal Ilmiah*. Fakultas Hukum Universitas Mataram, 2017

Hidayat, Enang. *Fiqh Jual Beli*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016.

Huda, Dwi Sakti Muhamad. “Tinjauan Hukum Islam terhadap Penerapan Khiyar
dalam Jual Beli Barang Elektronik secara Online: Studi Kasus di Toko
Online Kamera Mbantul”, *Skripsi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2013.

Huda, Qomarul. *Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Teras, 2011.

Hutauruk, Betti Dame. “Analisis dan Perancangan Aplikasi Marketplace
Cinderamata Khas Batak Berbasis Android”, *Jurnal Methodika*. Vol. 3, No.
1, 2017.

Indrajit, Richardus Eko. “Evolusi E-Marketplace”, *E-Artikel Sistem dan Teknologi Informasi, Ekoji999*. No. 069, 2015.

Indriati, Dewi Sri. “Penerapan *Khiyar* dalam Jual Beli”, *Jurnal Ilmiah Al-Syirah*, Vol.2, No.2, 2016.

Juliany, Irma Kurnia. “Perancangan Sistem Informasi *E-Marketplace* Bank Sampah Berbasis Web”, *Jurnal Semnasteknomedia Online*, Vol. 6, No. 1, 2018.

Kartono, Kartini. *Pengantar Metode Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju, 1986.

Manurung, Elsa Debora. “Kepastian Hukum dalam Penyelenggaraan Layanan Dompot Elektronik dalam Sistem Pembayaran Dikaitkan dengan Prinsip Lancar, Aman, Efisien, dan Andal berdasarkan PBI Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik”, *Jurnal Jurisprudence*. Vol 10, No. 1, 2020.

Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana, 2012.

Minuriha, Diyah Ayu. “Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli dalam Marketplace Online Shopee di Kalangan Mahasiswa UINSA Surabaya”, *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.

Mubarok, Jaih dan Hasanuddin. *Fiqh Muamalah Maliyah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.

- Mujahiddin, Ahmad. *Prosedur Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Mulyapati, Reksi dan Windy Agasia. “Perancangan Startup Bayarape.com Payment Point dengan Metode Pembayaran COD, *Jurnal Enter*. Vol. 2, 2019.
- Musianto, Lukas. “Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 4, No. 2, 2002.
- Nairobi, Intan. “Penggantian Barang Dalam Jual Beli Grosir Menurut Etika Bisnis Islam: Studi Kasus di Toko Tekstil dan Pakaian di Mega Mall Kota Metro”. *Skripsi*. Metro: Fakultas Ekonomi Islam IAIN Metro, 2017.
- Napitupulu, Rodame Monitorir. “Pandangan Islam terhadap Jual Beli Online”, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam: At-Tijarah*. Vol. 1, No. 2. 2015.
- Nasution, Khairuin. *Pengantar Studi Islam*. Yogyakarta: Academia Tafazza, 2009.
- Nasution, S. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014.
- Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Nugroho, Adi Sulisty. *E-Commerce Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekuilibra, 2016.

Permatasari, Anjani. "Tinjauan Hukum Islam tentang Larangan Pengembalian Barang yang Sudah Dibeli: Studi Kasus di Toko Push Pin Jl.P. Antasari Bandar Lampung", *Skripsi*. Bandar Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2019.

Purbayanti, Rizcha Wahyu dan Lis Suryadi, "Rancangan Sistem Informasi Jual Beli Buku Berbasis Web pada PT Pustaka Ukhuwah dengan Metodologi Berorientasi Obyek" *Jurnal Idealis*. Vol. 2, No. 3, 2019.

Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terj. Zainal Arifin. Jakarta: Gema Insan Press, 1977.

Rahman, dkk. "Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust Terhadap ZALORA's Application User Satisfaction. *Bachelor thesis*. (Tengerang: Universitas Pelita Harapan. 2020).

Rianse, Usman. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Ruslan, Rosady. *PublicRelation dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

Sahroni, Oni dan M. Hasanuddin. *Fikih Muamalah*. Jakarta: Rajawali Press, 2016.

Sari, Novitasari, Mia Andika. "Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Online Di Marketplace: Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta dan Masyarakat Pengguna Aktif Media Sosial", *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol. 18, No. 2, 2019.

Segarwati, Yulia. "Pengembangan Pemasaran Online untuk Pelaku Usaha di Desa Warnasari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung", *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol. 2, No. 2, 2020.

Shobirin. "Jual Beli dalam Pandangan Islam", *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Vol. 3, No. 3, 2015.

Soekanto, Soejono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali, cet. 1, 1982.

Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1986.

Subekti, R. *Aneka Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995.

Sudarsono. *Pokok-pokok Hukum Islam*. Jakarta: Rineka Cipta, 2001.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.

Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.

Sulianta, Feri. *Kiat Sukses Menjadi IT Freelance*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010.

Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2005.

Surakhmad, Winarno. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Tarsito, 1982.

- Susanto, Burhanuddin. *Hukum Bisnis Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2011.
- Susiawati, Wati. “Jual Beli dan dalam Konteks Kekinian”, *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 8, No. 2, 2017.
- Susiawati, Wati. “Jual Beli dan Dalam Konteks Kekinian”, *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 8, No. 2, 2017.
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2000.
- Syarifuddin, Amir. *Garis-garis Besar Fiqh*. Bogor: Kencana, 2003.
- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Tim Penerjemah Departemen RI. *al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: Cordoba, 2020.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Wahyu, “Praktek Jual Beli Pakaian Pada Pedagang Grosir di Pasar Sentral kota Makasar dalam Tinjauan Islam”, *Skripsi*. Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2019.
- Wiroso. *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Z.A, Moh Ahmad Subhan. “Hak Pilih (*Khiyar*) dalam Transaksi Jual Beli di Media Sosial Menurut Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Studi Islam: Akademika*. Vol. 11, No. 01, 2017.

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Hasil Wawancara

Hari tanggal : 15 Agustus 2020

Responden : Lestari Handayani (Pemilik Toko Rumah Fadila)

A : Apa alamat lengkap Toko Rumah Fadila? apakah ada cabang lain Bu?

B : Toko Rumah Fadila beralamat Jl. Patriot no 42 RT 02 RW 03 Karangpucung Purwokerto Selatan. Saya belum memiliki cabang Toko.

A : Bagaimana awal anda memulai bisnis berjualan baju Bu?

B : Sebelum membuka Toko Rumah Fadila, saya berjualan online melalui aplikasi Facebook. Awalnya saya hanya berjualan perlengkapan muslimah saja. Namun karena banyak peminatnya hampir semua kalangan usia, saya menambah produk jualan seperti sepatu, sandal, sprei, dan baju pria dewasa dan anak-anak.

A : Darimana Anda mengambil atau menyetok barang-barang tersebut Bu?

B : Saya mengambil produk jualan toko dari supplier yang ada di *marketplace* Tokopedia dan Shopee mbak.

Hari tanggal : 20 September 2020

Responden : Lestari Handayani

A : Apakah ada kendala yang dialami selama berjualan online dan offline bu?

B : Alhamdulillah, selama berjualan offline saya jarang mendapatkan kendala. Tetapi ketika berjualan online sering terjadi ada pembeli yang ingin meretur dengan alasan-alasan seperti, ukuran terlalu sempit, bahan tipis, motif tidak sesuai di gambar iklan dan sampai cacat kondisi barang.

A : Bagaimanakah anda menyikapi hal tersebut bu?

B : Saya membuat syarat dan ketentuan pengembalian barang mbak. Pertama, Barang yang akan dikembalikan harus langsung dikonfirmasi untuk dikembalikan sejak atau dalam jangka waktu maksimal 1 hari atau 24 jam sejak produk diterima. Kedua, Barang yang akan dikembalikan harus dalam kondisi yang sama (rapi dan bersih) pada saat diterima. Barang harus belum digunakan dan tag label produk tidak boleh rusak. Keempat, Barang cacat kecil tidak dapat dikembalikan (noda sedikit, kancing lepas, dll). kelima, Apabila kesepakatan mengadakan perjanjian garansi saat barang yang diterima oleh pembeli dalam keadaan cacat atau rusak yang dapat menghilangkan fungsi sebagaimana mestinya. Keenam, Apabila barang yang diterima ukurannya tidak sesuai dengan yang dipesan oleh pembeli.

Hari tanggal : 10 Oktober 2020

Responden : Lestari Handayani

A : Bolehkah saya meminta Biodata lengkap Anda bu?

B : Boleh mba

Nama : Lestari Handayani

Alamat : Purwokerto Selatan

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga dan Pengusaha

Nama Toko : Rumah Fadila

Produk usaha : Pakaian, Sepatu dan Aksesoris Jilbab

Tahun Berdiri : 2014

Media Usaha : Toko (*offline*) dan Facebook, Whats app, dan Instagram
(*online*)

A : Baik Terimakasih bu

IAIN PURWOKERTO

Hari tanggal : 24 Oktober 2020

Responden : Lestari Handayani

A : Bagaimana Anda mengatur pemasukan dan pengeluaran yang didapat Bu? Apakah dalam waktu dekat ini pembeli ada yang mengembalikan barang di Toko Rumah Fadila?

B : Saya mencatat di buku nota penjualan meliputi biaya modal, pemasukan dan kerugian yang didapat. Terdapat catatan 3 bulan terakhir Agustus-Oktober 2020 dalam kasus jual beli online di Toko Rumah Fadila. Pertama tanggal 20 Agustus 2020 Rena memesan baju gamis dari iklan facebook. Kedua tanggal 15 September 2020 Wanti membeli celana panjang dari group whats app. Ketiga, pada tanggal 22 September 2020 Tami membeli mukena dari akun instagram. Keempat, pada tanggal 22 September 2020 Tami membeli Sprei dari iklan facebook. Kelima, pada tanggal 30 September Ino membeli sarung dari iklan facebook.

A : Bagaimana dengan jual beli offline di Toko bu? Apakah ada kendala pengembalian barang yang terjadi?

B : Pertama, pada tanggal 21 Agustus 2020 mba Abel membeli Baju atasan yang diiklankan di Instagram tetapi sudah tersedia di Toko Rumah Fadila. Kedua, pada tanggal 25 Agustus 2020 mba Amanda membeli Celana jeans sudah tersedia di Toko Rumah Fadila. Ketiga, pada tanggal 30 Agustus 2020 Pak Ino membeli Kemeja panjang yang

diiklankan di Whats App namun sudah tersedia di Toko. Keempat, pada tanggal 10 September 2020 Salsa membeli baju atasan yang diiklankan di Whats App. Kelima, pada tanggal 30 September 2020 Hendro datang langsung ke Toko Rumah Fadila untuk membeli baju batik. Dalam transaksi jual beli *offline* tidak terjadi kasus pengembalian barang karena pembeli dapat melihat langsung barang yang tersedia di toko Rumah Fadila.



IAIN PURWOKERTO

Hari tanggal : 28 Oktober 2020

Responden : Lestari Handayani

A : Bagaimana dengan pembeli yang meminta retur di Toko Rumah Fadila?

B : Saya mengklaim pengembalian barang atas permintaan pembeli yaitu pertama, pada tanggal 20 Agustus 2020 ibu Rena memesan baju gamis yang diiklan di Facebook, kemudian pada tanggal 25 Agustus barang diterima, dan ingin mengembalikan baju gamis dikarenakan baju yang dipesan sobek bagian lengan dan bahan terlalu tipis apabila dipakai. Kedua, pada tanggal 15 September 2020 Ibu Wanti membeli celana panjang yang diiklankan di grup Whats App, kemudian pada tanggal 20 barang diterima ketika di cek, dan mengajukan untuk mengembalikan celana panjang yang ukurannya terlalu sempit dan bagian lutut sobek ketika dipakai sangat terlihat jelas. Ketiga, pada tanggal 22 september 2020 mba Tami membeli mukena dan pada tanggal 25 ketika barang sampai, langsung mengkonfirmasi untuk mengembalikan mukena motif atasan dan bawahannya tidak sama seperti di foto yang dipromosikan di instagram.

2. Foto Dokumentasi





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Sinta Miftakhul Jannah
2. NIM : 1522301087
3. Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 4 Januari 1997
4. Alamat Rumah : Jl. Patriot Gang Belimbing 1 No 22
RT 2 RW 3 Karangpucung Purwokerto Selatan
5. Nama Ayah : Kuat Santoso
6. Nama Ibu : Martuti Iriani

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI, tahun lulus : MI Ma'arif NU Karangpucung,
2009
2. SMP/MTs, tahun lulus : MTs N Model Purwokerto, 2012
3. SMA/MA, tahun lulus : MAN Purwokerto 2, 2015
4. S1, tahun masuk : 2015

IAIN PURWOKERTO